



L'intervista

Amadori,
la parola passa
a Denis e Flavio

5



L'operazione

Finanza e alimentare
La nuova economia
di San Patrignano

7



La città

Reggio Emilia dalla culla
del consociativismo
cerca ancora il suo centro

8

CORRIERE IMPRESE

EMILIA-ROMAGNA

UOMINI, AZIENDE, TERRITORI



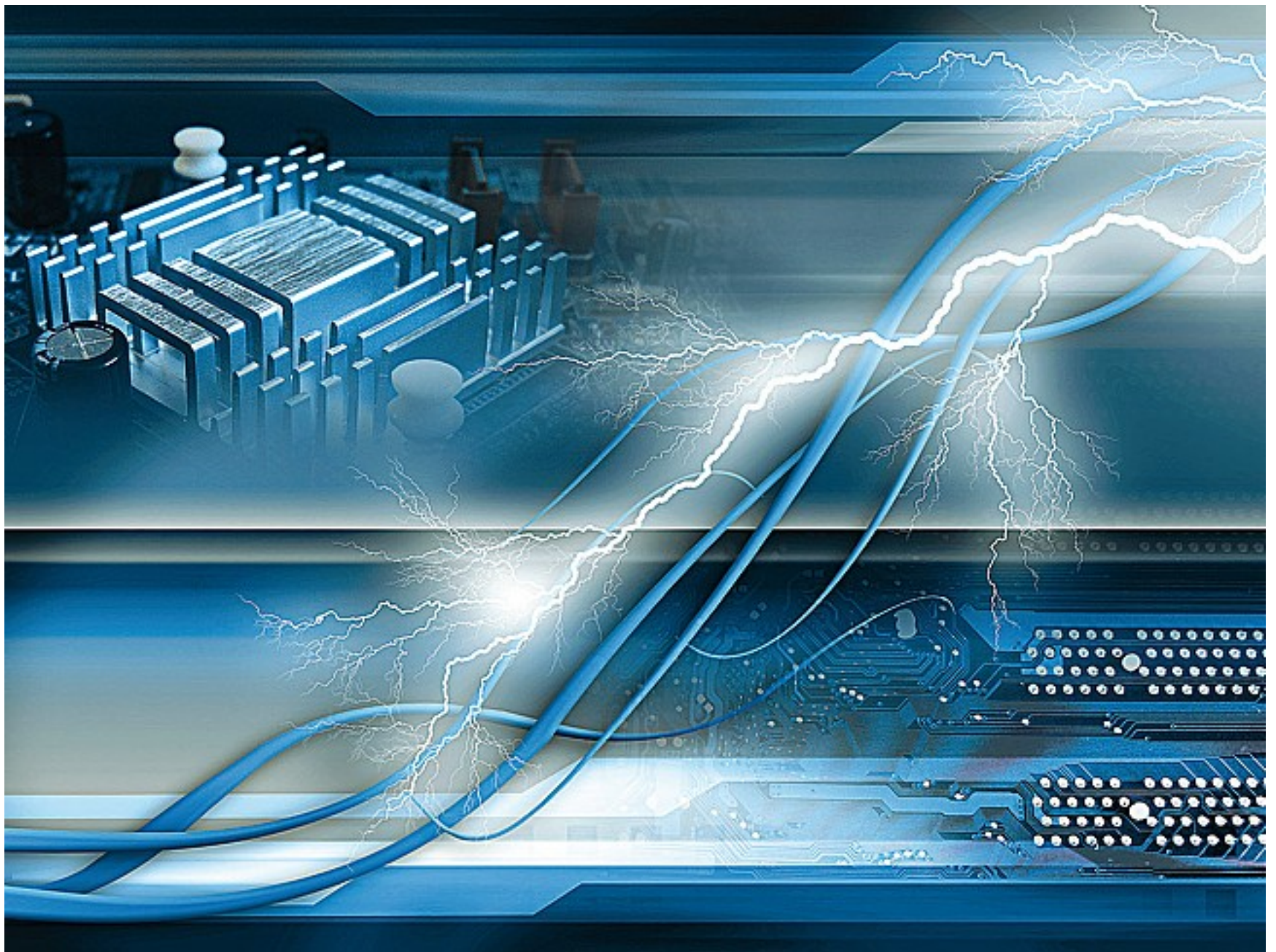
L'analisi

Macchine agricole, la Cina è vicina

di **Giorgio Prodi**

A maggio 2015 il governo cinese ha presentato il piano «Made in China 2015» che seleziona dieci ambiti in cui si vuole che il Paese sia competitivo nei prossimi dieci anni. Forse a sorpresa, tra di essi, c'è il settore delle macchine agricole. Potrà sembrare strano che il governo cinese abbia inserito un settore maturo come questo tra le industrie importanti per il futuro del Paese, ma la scelta è perfettamente coerente con le esigenze di una nazione che ha un'agricoltura che deve essere automatizzata sia per aumentarne le rese, sia perché la manodopera nei campi è sempre meno disponibile. Ed è una scelta che ci riguarda da vicino perché l'Emilia-Romagna è, anche se in sofferenza, uno dei leader mondiali in tale settore. Cosa potrà cambiare per le nostre imprese? Esportare in Cina prodotti simili è ovviamente complesso, perché è un mercato lontano e questo penalizza in particolare l'export di prodotti relativamente semplici come quelli di cui stiamo parlando. In effetti la Cina incide pochissimo sul nostro export regionale. Su un totale di un miliardo di euro di valore dell'export 2014 (un quarto del totale nazionale), solo una ventina di milioni sono diretti in Cina. La gran parte della domanda cinese si focalizza su prodotti semplici, dove l'Italia fatica a essere competitiva, ma cominciano a esserci realtà che privilegiano la qualità.

continua a pagina 15



Guerra per «banda»

Larga o ultralarga? Tutti contro tutti per cablare l'Emilia-Romagna con reti di Tlc di nuova generazione. Primo campo di battaglia Bologna dove si scontreranno Metroweb-Vodafone e Telecom. Obiettivo: la connessione a 100 Megabit al secondo. Un forte ritardo digitale da recuperare: costa il 2-3% del Pil all'anno. In campo anche Lepida e Acantho

L'intervento

Qualità, istruzione e contrattazione Ecco l'identità del lavoro

di **Vincenzo Colla**

Il Jobs Act si colloca in piena continuità rispetto ai processi di deregolamentazione del mercato del lavoro italiano e di frantumazione dell'impresa iniziati a fine anni Novanta.

Nel contempo, però, il Jobs Act rappresenta un punto di svolta epocale per il diritto del lavoro, in quanto interviene direttamente e in modo consistente sullo Sta-

tuto dei Lavoratori che ne rappresenta anche simbolicamente l'apice, e lo fa in una logica di diminuzione dei diritti e delle tutele, sul lavoro e fuori dal lavoro. Non è certo un caso che tra tutte le deleghe previste dalla Legge 183 del 2014 (il Jobs Act), il Governo abbia deciso di attuare per prima quella relativa al contratto a tempo indeterminato a tutele crescenti.

Ma il Jobs Act, come da tempo sta evidenziando la Cgil, non crea nuova occupazione stabile: anche gli ultimi dati disponibili ce lo confermano.

continua a pagina 15

Vacanze

Corriere Imprese interrompe le pubblicazioni per la pausa di agosto. Tornerà normalmente e in edicola il 7 settembre. A tutti i nostri lettori auguriamo buone vacanze e buon Ferragosto



Via Del Battirame, 8 - Bologna (BO)
Tel: 051 0363723 - Cell: 347 3559326
www.transvarco.com
info@transvarco.it

Chi siamo

Con sede a Bologna, la ditta di autotrasporti Transvarco opera in tutta l'Emilia Romagna e nel resto del territorio nazionale con il trasporto merci alimentari e non, con piccoli traslochi e con servizi di deposito merci.

Parco mezzi

Al fine di garantire sempre trasporti e spedizioni puntuali e sicure, il parco mezzi dell'azienda conta mezzi furgonati e telonati da

35 fino a 120 quintali, dotati di due assi con o senza sponda.

Deposito e stoccaggio merci

L'impresa dispone anche di un capannone per servizi di logistica e stoccaggio di merci in transito, ma anche per la distribuzione e il trasferimento di merci. E', inoltre, facilmente accessibile da grandi automezzi.



PRIMO PIANO

Qualche zona di eccellenza nei grandi centri, ma restano ancora 200 comuni «dimenticati»

Internet **superveloce?** Solo per chi abita in città

Cos'è

Banda larga
La raccomandazione I.113 (06/97) del Telecommunications Sector dell'Itu ha definito la banda larga come una capacità trasmissiva pari a 1,5 Megabit per secondo (negli Usa) o 2 Mbit/s in Europa

di **Massimo Degli Esposti**

Quello che verrà sarà l'autunno della «guerra per banda»; per quella ultralarga soprattutto, che vuol dire Internet superveloce in ogni casa. Sarà combattuta dai grandi delle Tlc e dalle principali multiutility italiane, città per città, quartiere per quartiere, per conquistare da un lato accessi privilegiati ai potenziali clienti, dall'altro per fare incetta di finanziamenti pubblici, se arriveranno e quando arriveranno (a questo punto solo dopo l'estate). Ma di sicuro il primo campo di battaglia sarà Bologna, città nella quale alcuni dei protagonisti hanno già schierato le truppe. Il resto dell'Emilia-Romagna seguirà, secondo una logica molto semplice: più incentivi, più banda.

In ballo c'è l'impegno sottoscritto dall'Italia di superare entro il 2020 un ritardo digita-

Obiettivi Ue

Connettività di 30 Mbit/s al 100% della popolazione e di 100 Mbit/s al 50%.

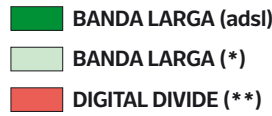
le che secondo gli economisti costa fra il 2 e il 3% del Pil ogni anno. Allinearsi agli obiettivi europei significa garantire una connettività di almeno 30 Megabit al secondo (banda larga) al 100% della popolazione e di 100 Mega (banda ultralarga) ad almeno il 50%. Oggi siamo molto lontani: sotto il 30% in banda larga e zero virgola in quella ultralarga. Poco meglio va l'Emilia-Romagna che oggi copre il 100% dei residenti a 2-20 mega, il 39% a 30 Mega, l'1,4% a 100 mega (soprattutto pa e grandi utenti). Recuperare costerà all'Italia circa 10 miliardi. Meno se si utilizzerà una tecnologia mista, con rete in fibra ottica per le lunghe distanze e il rame già esistente, eredità dell'ex monopolio Telecom, per l'ultimo tratto, dalle centraline alle porte di casa. Di più se invece si rimpiazzerà tutto il rame con la fibra ottica fin dentro le abitazioni, aprendo scenari a lunghissimo termine: velocità fino a 300 mega e applicazioni futuribili come l'Internet delle cose.

La sfida digitale

SE NON BASTA IL MERCATO



COPERTURA A MACCHIA DI LEOPARDO

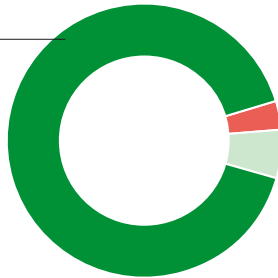


4,377

Popolazione Residente (milioni)

90,9%

Banda Larga (adsl)



3,4%

Divario digitale

5,7%

Banda Larga (solo wireless)

*disponibile solo copertura mobile 3G/4G

**velocità di connessione inferiore a 2Mbps

centimetri

Nel caso A basterebbe il restyling della rete fino alle centraline per raggiungere gli obiettivi al 2020, già eccessivi rispetto all'attuale domanda; ma non oltre. Il cavo in rame, infatti, disperde segnale lungo il percorso e diventa poco efficiente su distanze superiori ai 500-1000 metri. Questa è però l'opzione su cui Telecom spera affluiscano i contributi pubblici. Per almeno due motivi: la lascerebbe al centro del mercato e salvaguanderebbe un patrimonio aziendale, la rete, che controbilancia il pe-

sante indebitamento.

La soluzione B piace a tutti gli altri, ovviamente. Ai gestori telefonici che sognano di affrancarsi dal concorrente; a chi è già impegnato in un proprio piano di cablaggio a fibre ottiche, come Metroweb, la

Digital divide

La mancanza di una buona connessione internet costa il 2-3% di Pil ogni anno

società del fondo privato F2i partecipata al 49% da Fsi di Cassa depositi e prestiti, in parte Fastweb e altri operatori di rete regionali; infine, a chi potrebbe farlo in futuro, sfruttando le proprie infrastrutture sotterranee (come fognature e tubazioni del gas) per veicolare i cavi senza costi di scavo. Qui si candidano alcune ex municipalizzate (A2A, Iren, Hera con la controllata Acantho) e soprattutto Enel che già deve bussare porta a porta per installare i contatori elettronici di seconda generazione in

oltre 22 milioni di case e promette di cablare l'Italia in tre anni al prezzo stracciato di 6 miliardi. Tutti, o solo alcuni, potrebbero anche coalizzarsi contro Telecom. In parte l'hanno fatto, proprio a Bologna, Metroweb e Vodafone in accordo con il Comune. Entro fine anno avranno cablato 160.000 abitazioni su 220.000, con un investimento di circa 8 milioni. Minimi i disagi, grazie all'utilizzo di condotte preesistenti e a tecniche di scavo orizzontale. Poi toccherà a Torino. Ma altri collegamenti potrebbero arrivare a Bologna, nell'hinterland e in 500 comuni già opzionati in regione, se ci sarà sostegno pubblico. Il modello è Milano dove oggi Metroweb ha già cablato oltre il 90% delle abitazioni. «Lì abbiamo dimostrato che la banda ultralarga è come l'Autosole negli anni '60 — dice Guido Garrone, ad di Metroweb sviluppo — crea il mercato dove ancora non c'è. Non ha senso storico resistere al progresso come fa Telecom per mantenere la sua rendita di posizione. Qui rischiamo di giocare al calcio dell'oratorio, tutti dietro alla palla, mentre la scarsità di risorse vorrebbe che si unissero le forze per fare squadra ed evitare doppiopioni. Di reti a fibre ottiche ne basta una per tutti, purché aperta e condivisa».

Ma a Bologna i doppiopioni saranno garantiti. Telecom infatti ha appena annunciato un cambio di strategia che prevede, incentivi o no, di cablare 12 centri emiliano-romagnoli fino alle case entro il 2018 (i capoluoghi, più Casalecchio, Castel Maggiore, Imola, Sassuolo, Carpi) e entro il 2017 il raddoppio della fibra fino alle centraline (1.500 in regione, 400 delle quali già aggiornate) per coprire a 30 mega il 75% del territorio. Per ora restano solo annunci. Ma annunci di guerra.

Aree bianche

Lì il provider non ha interesse a portare la connessione perché non gli conviene

Intanto, lontano dai centri urbani dove investire conviene comunque (zone «nere» o di mercato), e lontano anche dalle zone «grigie», dove basterebbe un aiutino per rendere accettabili i costi di connessione, ampie aree rurali o industriali (26 in tutto) e 49 aree montane in regione sono ancora inchiodate a miseri 2 mega al secondo. Lì nessuno ha interesse ad arrivare; infatti si chiamano aree «bianche» o a «fallimento di mercato». Le raggiunge, quando ci riesce, la rete della Regione, Lepida spa. Nata per connettere uffici pubblici, ora pian piano, spigolando, si propaga verso paesini improbabili. L'altro giorno ne ha messi altri 33 in banda larga, con 16 tratte per 250 chilometri di cavo. Valgono 12 mila anime e 4.700 contratti potenziali. «Restano fuori altri 200 comuni circa — dice il direttore Gianluca Martini — con i 75 milioni ottenuti dal nuovo programma europeo Fesr, entro qualche anno dovremmo arrivare a collegarli quasi tutti».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

«Qui è in gioco la **competitività** del Paese»

Vancini (Acantho): «A famiglie e aziende servirebbe la banda ultralarga, ma ancora non lo sanno»

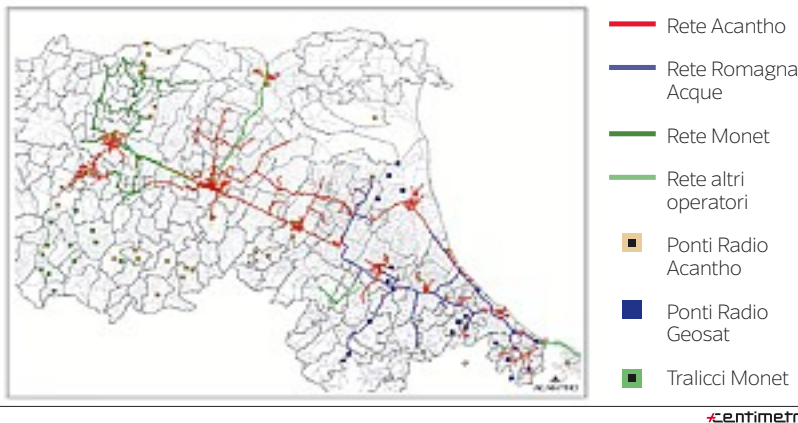
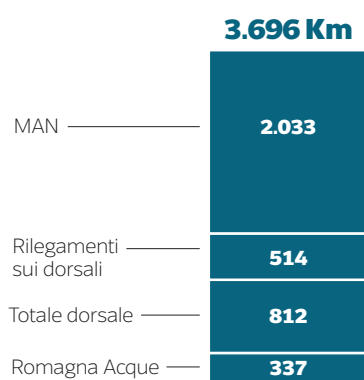
Chi è



Roberto Vancini, consigliere di amministrazione e direttore generale di Acantho spa, controllata al 77% da Hera

Gli addetti ai lavori lo sanno bene: perdere il treno della banda ultralarga e della conseguente rivoluzione digitale, può rappresentare per l'economia italiana un danno peggiore della crisi dei subprime. Un danno strutturale, da scontare per i prossimi vent'anni. In fabbrica però pochi ne hanno la percezione. Ancor meno preoccupate sembrano essere le famiglie italiane, che si accontentano di un telefono funzionante, qualche rapida puntata su Internet e nella cassetta di posta elettronica. Insomma, il mercato non tira, e questo scoraggia gli operatori ad investire in nuove tecnologie, nuove infrastrutture e nuovi servizi. Una pericolosa spirale che rischia di aumentare, anziché ridurre, il nostro ritardo digitale rispetto ai paesi più avanzati. Perfino in Emilia-Romagna, una delle aree ritenute più evolute e più attentamente monitorate dal business delle Tlc. Ce lo conferma Roberto Vancini, amministratore delegato di Acantho, la controllata di Hera (al 77%) che ne gestisce gli oltre 70 collegamenti interni, ma

Dove arriva Acantho



Sul web
Puoi leggere gli articoli di Corriere Imprese, condividerli e lasciare commenti su www.corrieredibologna.it

che dal '99 ha allargato l'offerta al mercato libero business, e da qualche tempo anche a quello residenziale. Oggi Acantho è il maggior operatore regionale di Tlc con 3.700 chilometri di rete in fibra ottica, oltre 3.000 clienti-imprese, 9.000 punti di accesso su un bacino di circa due milioni di residenti (da Modena alla Romagna) per un fatturato 2014 di 50 milioni: «L'impatto con i clienti — spiega — è deludente: quando proponiamo loro contratti a banda ultralarga e relativi servizi, ci chiedono subito quanto co-

stano. Un 10% in più della più banale Adsl è spesso ostacolo insormontabile, anche se le prestazioni valgono cento volte in più». Da poco più di un anno Vancini è anche responsabile Ite per Unindustria Bologna: «Da quando ho assunto l'incarico — racconta —

Il caso

Un'impresa potrebbe gestire ordini in remoto più subfornitori da ogni parte del mondo

più che organizzare chiacchierate fra politici e addetti ai lavori, contatto gli associati uno ad uno per spiegare loro tutte le potenzialità dei collegamenti a banda ultralarga. Qui è in gioco la competitività dell'azienda Italia, a fronte di concorrenti come i Paesi baltici e quelli dell'Est che approfittando di infrastrutture da ricostruire da capo a piedi stanno facendo passi da gigante. Quando ce ne accorgiamo, sarà troppo tardi».

Di solito Vancini porta un esempio. Immaginiamo una piccola azienda che riceva un

ordine straordinario. Per evaderlo dovrebbe acquistare una nuova macchina, che però resterebbe inutilizzata a fine commessa. Risultato: solitamente rinuncia all'affare. Con la banda ultralarga, viceversa, potrebbe gestire progetti e ordini in remoto, presso più subfornitori di ogni parte del mondo. Stesso discorso vale per simulazioni in realtà virtuale e aumentata, gestione dati commerciali, produzioni decentrate con stampanti in 3d. E per fare un esempio alla portata di tutti, un film di due ore potrebbe essere scaricato in un secondo, contro i 30 minuti del collegamento a bassa velocità. «Mesi fa — continua il manager — censimmo 11.000 imprese emiliane romagnole con più di 5 milioni di fatturato collocate a meno di 200 metri dalla nostra dorsale a fibra ottica, quindi collegabili a costo zero o quasi. Cominciammo a contattarle una ad una ma con nostra grande sorpresa solo poco più della metà manifestò qualche vago interesse. Alla fine rinunciammo». Brutti segnali per l'Emilia-Romagna e per l'Italia.

M. D. E.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

E la Telecom lancia la sua campagna d'Emilia «750.000 cittadini avranno la **fibra** dentro casa»

Malgarotto: «Non escludiamo alleanze per ridurre al minimo i disagi nelle strade»

In guerra o in pace, con incentivi pubblici o no, con una o con l'altra tecnologia, sarà comunque Telecom il protagonista principale della sfida a banda ultralarga in Italia e anche in Emilia-Romagna. «Da Telecom non si può prescindere, bisognerà arrivare per forza a un accordo» ammette infatti anche uno dei concorrenti principali in regione come Roberto Vancini di Acantho. Quale sia lo stato dell'arte e cosa abbia in animo di fare l'ex monopolista delle telecomunicazioni italiane lo chiediamo all'ingegner Paolo Malgarotto, responsabile Access Operations area Nord Est di Telecom Italia-Tim.

Ingegnere, qual è la vostra attuale copertura della popolazione con Adsl / banda larga in Emilia-Romagna?

«La copertura Adsl della popolazione Emilia Romagna è, al 30 giugno, pari al 96%. Il 92% è raggiunto da una connessione Adsl a 20 Mb».

E la copertura a banda ultra larga (Ubb) da rete fissa e da rete mobile con tecnologia Lte fino a 100 Megabit al secondo?

«Alla data del 31 Marzo, la copertura Ubb di rete fissa (fibra ottica) è del 40%, mentre la percentuale della popolazione coperta con Lte al 31 maggio è dell' 85%».



Il piano inizierà nei prossimi mesi e sarà completato entro marzo 2018. Da tenere presente che questo intervento si aggiunge a quello delle città in cui abbiamo sviluppato o stiamo sviluppando la rete Fttc (fibra fino alle cabine) entro il 2016, che in Emilia-Romagna sono 37, comprese le 12 prima citate che evolvono in Fttb

Quanti chilometri di cavi a fibre ottiche, quanti clienti di rete fissa e quanti col mobile?

«Abbiamo circa 15.000 chilometri di cavo in fibra ottica nella regione. I nostri clienti retail di rete fissa sono, a fine 2014, oltre un milione in Emilia Romagna».

Nel piano di cablaggio con tecnologia Fttb (fibra fino alle abitazioni) delle 12 città della regione appena diffuso, quante abitazioni e quanti cittadini intendete coprire, con quali investimenti e in che tempi?

«Nel piano Fttb interverremo su 12 città collegando circa 750.000 cittadini con la fibra ottica fino alle abitazioni, cioè con connessioni che partono da 100 Mb per arrivare a velocità superiori, potenzialmente fino a 1 Giga. Il piano inizierà nei prossimi mesi e sarà completato entro marzo 2018. Da tenere presente che questo intervento si aggiunge a quello delle città in cui abbiamo sviluppato o stiamo sviluppando la rete Fttc (fibra fino alle cabine, ndr) entro il 2016, che in Emilia-Romagna sono 37, comprese le 12 prima citate che evolvono in Fttb».

Come pensate di procedere, con scavi vostri, o con accordi con Enel, Hera e Iren?

«Telecom Italia cerca di li-



mitare al massimo gli scavi. Per far ciò, oltre al massimo riutilizzo delle proprie infrastrutture sotterranee posate, cerca sistematicamente accordi con chiunque abbia infrastrutture idonee: già per il piano Fttc sono stati siglati accordi per l'utilizzo di infrastrutture della pubblica illuminazione o fognature (non nel caso dell'Emilia-Romagna). Il nuovo piano è l'occasione per riprendere gli accordi fatti o farne nuovi per l'utilizzo di ulteriori infrastrutture che i Comuni ovvero Società municipalizzate possono mettere a disposizione. Se comun-

que non ci sono infrastrutture disponibili, cerchiamo di sfruttare percorsi aerei, sicuramente meno impattanti come disagio per la cittadinanza, oppure, quando costretti a scavare, proponiamo tecniche di scavo a minimo impatto, come "minitrincea" o "no-dig". Anche su questo punto un accordo con i Comuni (che rilasciano le autorizzazioni) è fondamentale. In generale abbiamo già dei buoni rapporti con le amministrazioni comunali».

A Bologna vi sovrapporrete alla rete Fttb di Metroweb, già quasi ultimata, o farete

Connessione
A sinistra lo scavo leggero per la posa di un cavo di fibra ottica da parte di alcuni addetti di Telecom. A destra la sezione interna di un cavo

accordi con loro?

«Su Bologna i primi interventi, che facciamo già nel 2015, non si sovrappongono particolarmente con quanto fatto da Metroweb. Per quanto faremo nel 2016 dobbiamo valutare ancora, ma siamo ovviamente aperti e valuteremo questa possibilità».

La vostra rete in fibra ottica è «aperta» ad altri operatori?

«La rete di Telecom è aperta agli altri operatori secondo quanto previsto dalla normativa di settore».

M. D. E.

© RIPRODUZIONE RISERVATA





MARCO
GERBELLA
ORAFI
RAVENNA

www.marcogerbella.it

La collezione **Piccole Gioie** è disponibile presso

Blondi Modena - **Camparini** Reggio Emilia / Parma - **Cenciarini** Riccione - **Errani** Faenza - **Fugazzi** Piacenza
Giacobazzi Gioielli Bologna - **Gioielleria RT** Cento - **Guardigli** Milano Marittima / Cesena
Marco Gerbella Ravenna - **Pesaresi** Cattolica - **Ronchetti** Nonantola - **Valenti** Monticelli Terme - **Zironi** Bologna

L'INTERVISTA

Amadori

Francesco lascia, due figli al suo posto. Puntano a un'impresa guidata dai manager per raddoppiare i ricavi entro dieci anni conquistando nuovi mercati



Parola di Denis e Flavio

Chi sono

Denis Amadori (a sinistra), responsabile supply chain Amadori, nato nel 1971 a Bologna e **Flavio Amadori** (a destra), vicepresidente Amadori, nato nel 1955 a Cesena. In mezzo il papà Francesco Amadori

di **Andrea Rinaldi**

Francesco Amadori fa capolino ogni tanto in azienda e in sala riunioni. Non dice nulla, «io ascolto e basta, fate pure», dice. Da aprile, a 83 primavere, ha lasciato ai figli Denis, responsabile supply chain, e Flavio, vicepresidente, il controllo congiunto, cedendo loro il 52% della holding di famiglia. Della «Francesco srl» mantiene il 48%. «Parola di Francesco Amadori», continua a dirlo negli spot, ma adesso la parola vera passa ai suoi eredi. Che sanno bene cosa vogliono per l'azienda di San Vittore di Cesena: raddoppiare il fatturato, arrivando a 2 miliardi di ricavi di qui a dieci anni. Pensando allo sbarco in Borsa, non prima di 4-5 anni, portando nuovi prodotti all'estero, investendo 250 milioni nei prossimi 5 anni, meccanizzando i processi produttivi e dunque senza lasciare a casa nessun addetto.

Amadori ha chiuso il bilancio 2014 a 1.284 milioni di euro, da incorniciare.

Denis: «La crisi l'abbiamo sentita più come stretta creditizia. I consumi infatti sono sempre aumentati: a fronte di un calo della carne bovina del 18%, noi dal 2008 siamo cresciuti del 30%. Il fatturato 2014 si divide così: un miliardo in produzioni industriali e lavorati; circa 250 milioni in vendite di pulcini, mangime e altro».

Flavio: «La nostra è una commodity, come il grano, ognuno fa la sua politica e noi abbiamo cercato di differenziarci. Abbiamo incrementato i lavori e selezionato le vendite perché tendenzialmente siamo più focalizzati sul margine che sul fatturato».

Allora dobbiamo aspettarci dei cambiamenti nelle vostre strategie future?

Flavio: «Il consumo avicolo pro-capite in Italia è 19 chili. Nel resto d'Europa la media è di 23, con punte fino a 25-30. E poi in pochi sanno che da 40 anni i polli sono allevati a terra: ecco, allora, forse, a livello di comunicazione ce la siamo giocata male. Se riuscissimo a raggiungere la media europea sarebbe una situazione più stabile per tutti».

Denis: «Noi con gli altri due player Aia e Fileni facciamo l'80% di quota di mercato, il restante 20% è polverizzato tra 10 aziende: non hanno nulla da offrire, acquisizioni non ne possiamo fare. La nostra idea è crescere nei prodotti ad alto valore aggiunto e forse andre-

mo fuori settore, come nei salumi: eravamo interessati a Parmacotto, ma la situazione ora è ingarbugliata per cui stiamo alla finestra».

Flavio: «Dobbiamo ripensare il discorso estero, acquisizioni ed export. Sul primo punto c'è il problema delle distanze da coprire con un prodotto fresco: bisognerebbe pensare allora a un ciclo integrato in loco e al momento non è tra i nostri obiettivi. Riflettiamo allora sull'export in termini selettivi: alcuni mercati apprezzano prodotti che in Italia non vanno, vedi le zampe di pollo in Cina o le ali di tacchino in Africa. Dobbiamo lavorare meglio e in maniera selettiva su mercati più ricchi e più piccoli, andare all'estero con prodotti con una *shelf life* da 15 a 28 giorni, o di alcuni mesi, per i prodotti cotti».

È dal 2012 che si parla di quotazione a Piazza Affari, allora forse è arrivato il momento.

Denis: «Al momento no. Se si va in Borsa tra 4-5 anni è per risolvere sistemazioni in seno



Vorremmo mantenere la nostra identità e creare un'azienda familiare dove noi diamo le strategie e i dirigenti le rendono operative. Investiremo 250 milioni nei prossimi 5 anni per le attività produttive

agli azionisti e avere risorse per nuove acquisizioni».

È in quest'ottica che va letto l'addio di Francesco Amadori?

Flavio: «Non è frequente che uno si privi dei suoi beni...»

Denis: «... e della poltrona. La sua è stata una scelta di lungimiranza».

Vedremo dunque voi in televisione?

Denis: «Non credo».

Flavio: «Vorremmo mantenere la nostra identità e creare un'azienda familiare dove noi diamo le strategie e i manager le rendono operative».

Denis: «L'azienda deve guardare da 3 a 5 anni continuamente in un sistema rolling,

McDonald's è nostro cliente e dice che è condannato a crescere, dunque anche noi. È impensabile dire che rimarremo con 1,3 miliardi di fatturato: tra dieci anni vogliamo arrivare vicino ai 2 miliardi».

La vostra esistenza non può essere disgiunta dal territorio. Come agite nei confronti del tessuto cesenate?

Flavio: «Qua c'è un tessuto abbastanza vivace, nel tempo si è creata una rete di imprese Technogym, Apofruit, Trevi, noi, Orogel, che lavora assieme per fare cose egregie, ad esempio con Romagna Iniziative. Parliamo quasi più noi che i sindaci del territorio (ride): se invece si parlassero di più si potrebbero ottimizzare i risultati. Noi apriamo lo stabilimento alle scuole, finanziamo polisportive, sport minori. Con interventi stradali abbiamo alleggerito il traffico pesante dei nostri tir e due settimane fa abbiamo donato un giardino pubblico di 11 mila metri quadri».

Denis: «Negli ultimi 5 anni abbiamo investito circa 60 milioni sull'ammodernamento dello stabilimento. Al di là dei rinnovi contrattuali, che ci sono sempre, abbiamo in programma un investimento da 250 milioni di euro nei prossimi 5 anni diretti sia ad attività produttive che ad aspetti ambientali. Vogliamo ridurre l'impatto dei lavori più pesanti sul dipendente, quelli con movimenti ripetitivi: meccanizzando queste fasi e fare passi ulteriori verso l'automazione dei processi si migliora la qualità del lavoro delle persone che da operai si trasformeranno così in tecnici. Per cui la nostra azienda avrà meno operai e più specialisti. E a quel punto se vogliamo mantenere i livelli occupazionali, dobbiamo continuare a crescere».

Siete una delle poche imprese dove «Garanzia giovani» funziona.

Flavio: «Sì e siamo contenti perché alla fine se assumiamo una buona parte di quei giovani. Dal 2014 a oggi tra «Garanzia giovani» e l'altro progetto «Botteghe di mestiere» abbiamo attivato stage per 100 ragazzi e ne abbiamo assunti 74. In azienda abbiamo un giusto mix tra chi viene da fuori e persone della zona, l'anzianità aziendale è molto alta, dal quadro in su si raggiungono i 20 anni di età. Insomma il turnover è basso, ma è perché c'è forte spirito di appartenenza all'azienda, i genitori vanno in pensione e subentrano i figli».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Il personaggio

La storia

Dai cortili di Cesena agli spot in tv, una storia di successo che vale un miliardo

La storia di Amadori inizia negli anni 30, quando Ondina e Agostino Amadori, insieme ai figli Francesco, Arnaldo e Adelmo, incominciano a commercializzare, in ambito locale, pollame e animali da cortile in genere. Francesco, classe 1932, a metà degli anni 50, con il fratello Arnaldo, decide di cimentarsi nell'allevamento in proprio, assumendo così anche il ruolo di allevatore. Nasce a San Vittore di Cesena il primo polo industriale con filiera integrata. Gli Amadori decidono di completare l'intero sistema di filiera e costruiscono a Cesena il primo mangimificio (1965), il primo incubatoio (1966) e il primo impianto di macellazione (1968). Nel decennio successivo la ditta continua a crescere: la distribuzione dei prodotti diventa nazionale e nasce un secondo polo produttivo in Abruzzo. In quest'area — dai primi allevamenti costruiti nel 1979 — si arriva in poco tempo alla gestione della filiera completa (allevamenti, incubatoi, mangimifici, macellazione e commercializzazione). Nel 2002 Francesco Amadori riceve dalle mani di Azelegio Ciampi il titolo di Cavaliere del Lavoro. Sul finire del secolo l'impresa cesenate comincia a diversificare i suoi prodotti e a farsi conoscere all'estero. Entra in funzione un nuovo impianto per la produzione degli impanati (Teramo, 1993) e di würstel (Cesena, 1998). Vengono inoltre acquisite realtà storiche dell'avicoltura italiana in Lombardia e viene rilevata un'azienda a filiera integrata per la produzione di tacchini a Monteriggioni, nei pressi di Siena. Nel giugno 1999 l'esordio negli spot televisivi: Francesco diventa il testimonial ufficiale e il suo slogan «Parola di Francesco Amadori» diventa un tormentone. Nel 2005 Amadori acquisisce la «Del Campo», un'importante azienda del settore a Santa Sofia, nel territorio Forlivese, nel frattempo il logo dal 1960 è cambiato ben sei volte.

L'impennata più vertiginosa del giro d'affari di Amadori si è avuta dal 2005, passando dai circa 800 milioni di ricavi ai 1.284 dell'anno scorso. Gestendo 500 prodotti, 6 incubatoi, 4 mangimifici, 6 stabilimenti di trasformazione (due in Romagna; due in Abruzzo; uno in Lombardia; uno in Toscana), 19 filiali e agenzie in tutta Italia, oltre 1.100.000 metri quadri di allevamenti di proprietà e 7.200 collaboratori (2.700 solo nella sede di San Vittore di Cesena). Dal 2011 la ditta romagnola è tra le 66 imprese socie della fondazione Romagna Solidale che promuove progetti per giovani, anziani e disabili. A Natale i dipendenti hanno donato 30 mila euro per progetti locali, mentre ogni anno investe 400 mila euro in iniziative sportive e culturali, insieme a Romagna Iniziative. La scorsa primavera Francesco Amadori ha lasciato l'azienda nelle mani dei figli Denis e Flavio.

A. Rin.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

VETRO AUTO®

RIPARAZIONE • SOSTITUZIONE • OSCURAMENTO

SCONTO
30%
SUL VETRO*



**VETRO ROTTO ?
NO PROBLEM !**

RIPARAZIONE ENTRO 24H

SUCCESSIVE ALL'ACCESSIONE DELLA NOSTRA PROPOSTA DI PREVENTIVO

SOSTITUZIONE IN 1ORA

AUTO SOSTITUTIVA GRATIS, OPPURE SERVIZIO DOMICILIO GRATUITO

QUALITÀ 100% ORIGINALE

LAVORIAMO ESCLUSIVAMENTE CON MATERIALI DI PRIMO IMPIANTO

GRATIS CON POLIZZA

QUALSIASI COMPAGNIA ASSICURATIVA, RIMBORSO TOTALE SPESE

VETRO AUTO®

Presso i nostri centri potrai anche effettuare i servizi di:

- **OSCURAMENTO VETRI**
- **CAR WRAPPING**
- **LUCIDATURA FANALI**
- **LUCIDATURA CARROZZERIA**
- **RICARICA ARIA CONDIZIONATA**
- **LAVAGGIO INTERNI AUTO**



www.centrivetroauto.it

Numero Verde

800-37 48 37

*Lo sconto è calcolato sul prezzo del comparativo originale

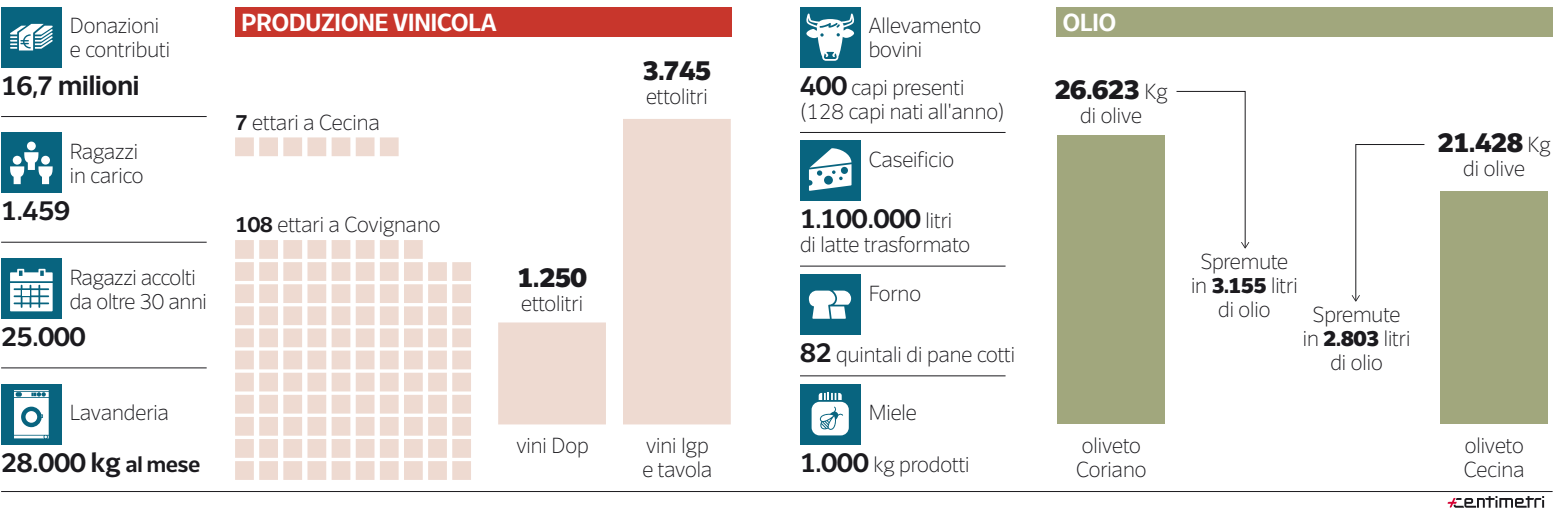
AMARCORD

Finanza etica, potenziamento dei laboratori e un franchising alimentare per autosostenersi

San Patrignano

Una nuova economia

Il bilancio 2013



L'EMILIA-ROMAGNA DEI CAMPANILI

Culla del **consociativismo** Reggio Emilia stenta ancora a trovare la sua centralità

Il capoluogo ha resistito meglio di altri in regione
ma non riesce ancora a trovare un modo per guardare avanti

di **Marco Marozzi**

«**T**rottant resano cuncti sperone cavalli» cantava Teofilo Folengo. «Trottano tutti i cavalli sotto speroni reggiani» insegnava 500 e passa anni fa il più grande cantore della Padania, poeta maccheronico. La storia non cambia: Reggio Emilia continua a trottare anche quando non sa bene che strada prendere. Oppure, non sa bene che strada prendere anche se continua a trottare.

La città del Tricolore, che nel 1797 generò la bandiera italiana, ha avuto nel 2014 la flessione più contenuta in Emilia-Romagna nei prestiti concessi alle imprese (-0,9%), con Modena seconda al -1,7. Le esportazioni raggiungono gli 8,6 miliardi euro, dietro Bologna (11,5) e Modena con quasi 11. Davanti a Parma che

è quota 5,6. Tutte e quattro sono nelle prime venti province italiane per export. «Noi stiamo mettendo in crisi l'Europa per un Paese, la Grecia, che rappresenta il 2% del Pil europeo e che esporta meno della provincia di Reggio Emilia» commenta Romano Prodi, che nella sua inaffondabilità è la statua della terra in cui è nato.

Stefano Landi è il presidente della Camera di Commercio: con la Landi Renzo Spa è il racconto di cosa è l'industria reggiana dei macchinari, come la Max Mara dei Maramotti è un faro mondiale nell'abbigliamento. Snocciola dati: export in aumento del 4% nel

Congiuntura

Reggio ha avuto nel 2014 la flessione più contenuta in Emilia-Romagna (-0,9%)



Vecchi
La sfida è collegare la stazione e la città, farne uno strumento della centralità di Reggio Emilia

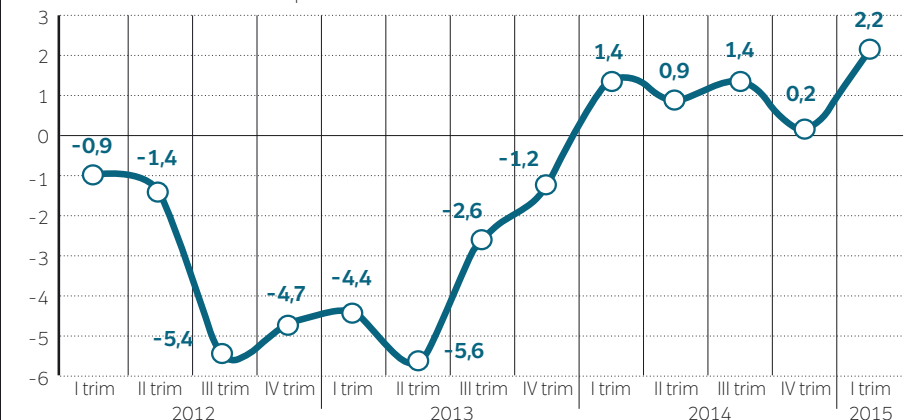
2014%, il Pil verso un saldo attorno al +0,5%, previsioni di un +1,2% per il 2015, stime di aumento degli occupati dell'1% nel 2015. Meccanica e sistema moda trainanti: un export di 2,5 e 1,1. Entrambi in crescita: il primo del 2,2%, le aziende della moda con il 4,5%. Con la Germania a fare da padrona: l'incremento sfiora il 13%. In crescita anche le esportazioni delle piastrelle — il distretto di Sassuolo abbraccia le due province di Reggio Emilia e di Modena — e delle materie plastiche, che superano il 15%.

Eppure... «Reggio è l'espressione perfetta della crisi del modello emiliano», dice **Massimiliano Panarari**, docente di Scienze politiche alla Luiss e di School of Government alla Bocconi. Concetto ripreso da un altro reggiano, **Vanni Codeluppi**, sociologo alla Iulm: «Non si riesce ad uscire da un modello vecchio. A elaborare un nuovo progetto». Analisi che nessuno in

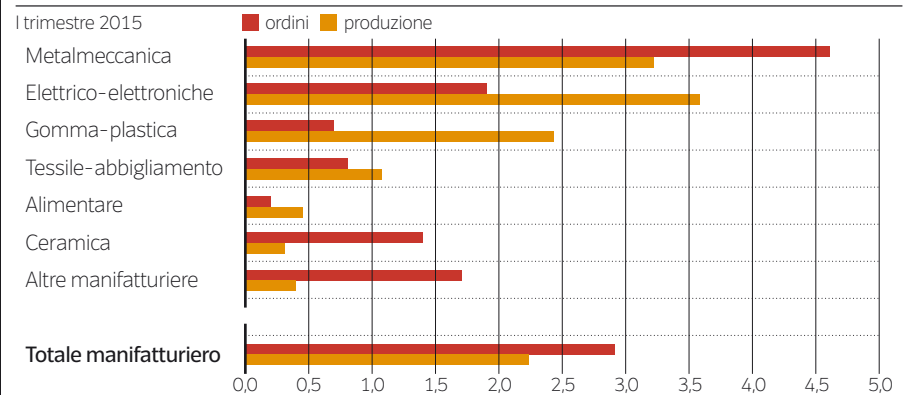
Ai raggi X

CONGIUNTURA MANIFATTURIERA - Andamento della produzione industriale in prov. di Reggio Emilia

Variazione % stesso trimestre anno precedenti



CONGIUNTURA MANIFATTURIERA - Andamento della produzione e degli ordini per settore di attività economica in provincia di Reggio Emilia



città si sente di negare. «Il problema è capire quale vocazione si vuole scegliere», dice l'economista industriale **Patri-zio Bianchi**, assessore regionale.

Reggio continua a produrre speroni (davvero, esiste ancora il settore), poi non sa bene

dove dirigere il cavallo. Emblematico è il caso delle alleanze, nella terra che della capacità di aggregarsi, del consociativismo virtuoso è la culla. Da Camillo Prampolini alla governance integrale («discendente, sotto più di un profilo, da quello della cooperazione in-

Ciò che conta per Te, conta per Noi.



Dal 1982 **Setam** è per te:
esperienza, professionalità, fiducia.

SE.T.A.M. snc Ravenna - Via Amalasunta, 6

tel.: 0544 454476 - fax: 0544 453770 - e-mail: setam@tin.it - www.setam.it

Servizi di: contabilità • dichiarazioni fiscali: redditi, IVA e Mod. 730 • consulenza ed assistenza ad imprese e professionisti • trasmissioni telematiche
• servizio paghe • pratiche per autorizzazioni amministrative • rapporti con Istituti Previdenziali, Assicurativi e Finanziari • internazionalizzazione.

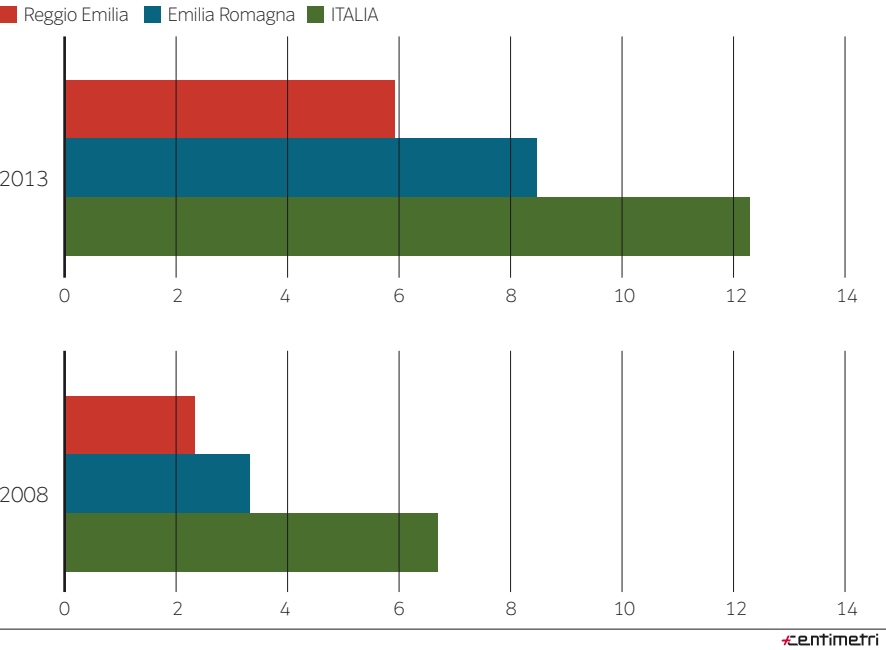
**SISTEMA COMMERCIO
E IMPRESA**

SE.T.A.M. snc
I SERVIZI CHE CONTANO

TASSI DI DISOCCUPAZIONE* in provincia di Reggio Emilia, in Emilia Romagna e in Italia

AREE TERRITORIALI	2008			2013		
	Maschi	Femmine	TOTALE	Maschi	Femmine	TOTALE
Reggio Emilia	1,5	3,5	2,3	5,2	6,8	5,9
Emilia Romagna	2,4	4,3	3,2	7,4	9,7	8,5
ITALIA	5,5	8,5	6,7	11,5	13,1	12,2

Fonte: Istat - *persone in cerca di occupazione/forze di lavoro



tegrale teorizzato e praticato, tra XIX e XX secolo, dal reggiano Antonio Vergnanini» ricorda Panarari), passando per i «Ceti medi e Emilia rossa» con cui nel settembre 1946 da Reggio Emilia (l'attuale Valli) Palmiro Togliatti lanciò una linea che ha segnato l'Emilia, il

Pci, un modo di governare. Una storia che qui ha anche avuto (7 luglio 1960) gli ultimi operai iscritti al Pci uccisi dalla polizia. «Morti di Reggio Emilia», secondo Francesco Guccini capostipite della moderna canzone nazionalpopolare. Passione, sudore, intelli-

genza, persino sangue. Reggio Emilia è l'Italia.

Adesso però si fatica a capire dove la città vuole andare. Landi da presidente della Confindustria locale è stato fra i firmatari del primo accordo per una alleanza a tre, con le associazioni di Modena e Bo-

Economia

L'economia di Reggio Emilia ha avuto un andamento insolitamente in salita. Seppur in discesa dal 2012, la produzione dal secondo trimestre 2013 ha cominciato a risalire la china. Buoni gli ordini della metalmeccanica per i primi tre mesi del 2015, mentre resta sostanzialmente, ma inferiore al resto della regione e del Paese

logna. Partenza prevista del nuovo organismo nel 2017, a regime del 2018. Poi il nuovo presidente degli industriali, l'architetto **Mauro Severi**, ha preso le distanze dal progetto, a cui si è avvicinata invece Ferrara. Ha rimesso in gioco la sua associazione (49.000 addetti derivati e circa 50 dipendenti diretti nella sede di via Toschi) mentre si vagheggia l'ipotesi di «un' area vasta» che va verso Piacenza e Parma, La Spezia, Mantova, Cremona. Alleanza più soft, a maglie più larghe. È un progetto alternativo, da Est a Ovest, rispetto a quello verso Modena e Bolo-

Politica

Qui nel 1946 Palmiro Togliatti lanciò una linea che ha segnato un modo di governare

gna che è una vera e propria fusione, pensato mettendo insieme — conteggia **Franco Mosconi**, docente di economia a Parma — tre economie molto industriali-manifatturiere a export molto elevato.

La stessa stazione per l'Alta Velocità realizzata nel 2013 da Calatrava (79 milioni di euro) sembrava volersi porre come riferimento verso quest'area. Dopo un esordio inevitabilmente difficile, i passeggeri arrivano a 2.100 al giorno: «La sfida è collegare la stazione e la città, farne uno strumento della centralità di Reggio Emilia» dice il sindaco **Luca Vecchi**.

Già, la sfida di Reggio Emilia è trovare una centralità regionale o super-regionale. Per ora molti però non la vedono, nel cambio di pelle. Persino nell'addio a Reggio Emilia di **Graziano Delrio** e del suo staff. Dice Landi: «Questo territorio è cresciuto grazie a un virtuoso rapporto tra tutte le forze in campo, con una vivacità nel costruire insieme che oggi mi pare molto affievolita. Non bastano le iniziative comuni attorno ad Expo o per attrarre nuovi investimenti». «Sono colpi di pennello — spiega — su una tela che va riempita con metodo e continuità».

Non ci si può accontentare, ammonisce il presidente della Camera di Commercio, di una «ripresina». «Sia economicamente che politicamente si fatica a misurarsi con la globalizzazione, con un mondo cambiato» dice Panarari. «C'è ancora una cultura di prodotto, non di marketing, di comunicazione — aggiunge Codelluppi — Si tende a gestire l'esistente, si fatica ad aggiornare la gestione di aziende familiari e il ricambio della classe dirigente politica». Ancora Panarari: «Reggio è paradigmatica di tutte le metamorfosi del Pci e delle difficoltà attuali di trovare una nuova gover-

Trasporti

La stazione per l'Alta Velocità è stata realizzata nel 2013 da Santiago Calatrava

nance».

Ne sa qualcosa **Luca Bosi**, chiamato a fare i conti con il disastro delle cooperative «rosse» dell'edilizia, dopo che nell'alimentare la Giglio è passata alla NewLat e il suo stadio è stato comprato dalla Mapei del patron di Confindustria e Sassuolo, Squinzi, mentre la Reggiana è finita in Lega Pro: quasi mezzo miliardo di perdite nel mattone tra 2012 e 2013, debiti oltre i due miliardi. Spaccato parziale, prende in considerazione solo le quattro più grandi travolte dalla crisi: Cmr, Orion, Coopsette e Unieco. «Il modello co-

Edilizia

Quasi mezzo miliardo di perdite nel mattone tra 2012 e 2013, debiti oltre i due miliardi

operativo fatica a reagire» sferza Bosi che guida il difficile salvataggio attraverso Sicrea, società di capitali creata ad hoc. «L'ipotesi è sicuramente di tornare ad essere una coop ma ci vorrà del tempo. Ci stiamo difendendo dopo un filotto incredibile». Il giovane manager cerca di ridare onore a un sistema dopo «devianze» da una storia secolare. Il sindaco Vecchi va più sull'esplicito. «Parco Ottavi è stata una c...ata storica» è sbottato a un dibattito su un'operazione immobiliare ereditata da amministrazioni anni '90.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Lavora con noi

IL GRUPPO SPAL
è sempre alla
RICERCA
di persone di talento
anche per:

www.spal-group.com
www.spalautomotive.com/eng/group.aspx

Via per Carpi, 26/B - 42015 Correggio (RE) - Italy - Tel. +39.0522.731311 - Fax +39.0522.693611
web: www.spalautomotive.com - e-mail: g.frignani@spal.it

SCENARI

Più spazio ai servizi, Interporto la nuova vita

La struttura bolognese offrirà alle aziende internet, fotovoltaico e asili nido

Meno immobiliare, più servizi. Una società più snella e flessibile, possibilmente più redditizia, che possa presentarsi sul mercato fra qualche anno raccogliendo l'interesse di investitori privati. È il mandato ricevuto da Pietro Spirito quando il 29 giugno scorso è stato nominato presidente di Interporto di Bologna, società ancora in mani pubbliche nonostante due tentativi di privatizzazione. Spirito succede ad Alessandro Ricci, storico presidente rimasto un ventennio in sella alla società che gestisce uno dei più grandi impianti intermodali d'Europa, con 4 milioni di metri quadrati di superficie e un centinaio di aziende presenti per un totale di quasi 3.000 dipendenti. Con Spirito arriva nella stanza dei bottoni una squadra slim di due soli consiglieri, Marco Spinedi e Laura Amadesi, entrambi selezionati per le loro competenze

Chi è



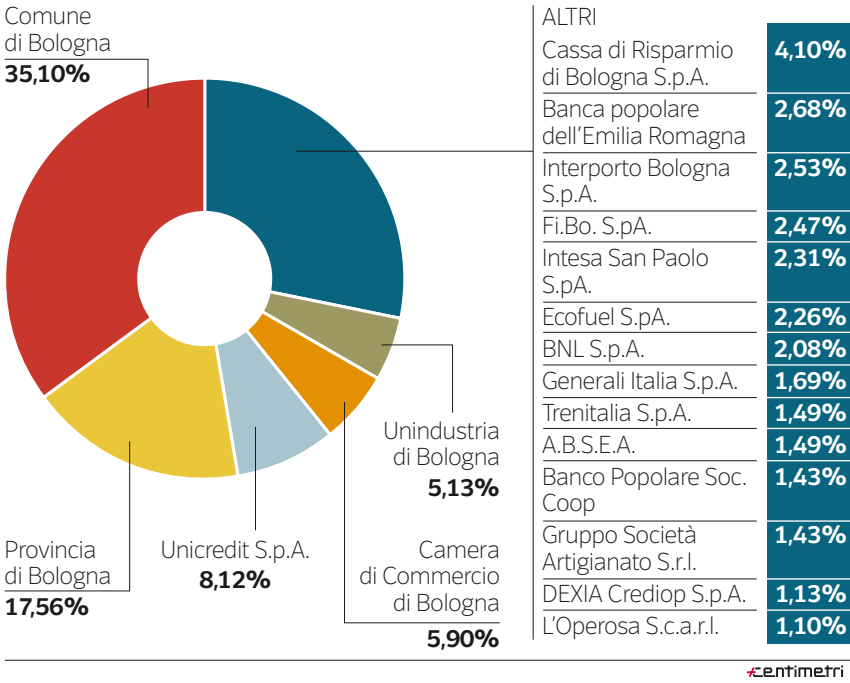
Pietro Spirito, classe 1962, da giugno è presidente dell'Interporto di Bologna dove è stato direttore generale tra il 2009 e il 2011

rispettivamente in economia dei trasporti e management strategico. Spinedi con una lunga militanza a Nomisma, la Amadesi come docente all'Università di Bologna. Spirito invece è al secondo passaggio per l'infrastruttura bolognese: fu infatti direttore generale nel biennio 2009-2011, proveniente dalla direzione strategica delle Fs; oggi divide il nuovo incarico con una direzione alla società dei trasporti romana Atac. «È finito il tempo dei cappannoni e di un "business model" impostato sull'attività immobiliare, come del resto ha dimostrato il fallimento dei due tentativi di privatizzazione. Oggi per essere appetibili bisogna essere redditizi: questo è il nostro mandato», dice il neo presidente.

Come ci riuscite?

«Metà del lavoro l'hanno fatto i nostri predecessori, riuscendo a vendere undici grandi magazzini al fondo immobiliare della Prologis. Così sono

Struttura capitale sociale



stati incassati i 70 milioni che ci hanno consentito di azzerare l'indebitamento. Il resto lo faremo con il nuovo piano industriale che presenteremo entro qualche settimana».

Può anticiparcene le linee guida?

«Nelle nostre intenzioni Interporto diventerà prevalentemente una società di servizi. Alle aziende insediate offriremo tutto quello che caratterizza la logistica del futuro e che conviene mettere in comune per realizzare economie di scala».

Per esempio?

«Sicuramente un'infrastruttura Ict di assoluta avanguar-

dia. Per fortuna non partiamo da zero perché già sono stati fatti grandi investimenti su banda larga e wi-fi. Anche sui servizi legati all'energia siamo a buon punto, avendo realizzato un impianto fotovoltaico di 80.000 metri quadrati, uno dei più grandi su tetto nel Nord Italia. Infine c'è una prateria di nuove possibilità che stiamo valutando. Dalla movimentazione dei treni alla manutenzione delle carrozze, dai servizi doganali a tutti i servizi per le 3.000 persone che ogni giorno vengono qui a lavorare, per visitatori e clienti».

Una piccola città...

«Nemmeno tanto piccola, se

pensa che ogni giorno tutti devono arrivare fin qui a Bentivoglio, mangiare, sbrigare pratiche, sistemare i figli e, almeno i visitatori e i clienti, anche dormire e organizzare il lavoro in trasferta. Quindi stiamo ragionando su un asilo nido per dipendenti, un centro di consulenza per l'impiego, i collegamenti con la città, l'ospitalità sfruttando i quattro casali di nostra proprietà per realizzare un resort con centro congressi. Penso che potrebbe uscirne un modello di nuovo Interporto da esportare anche all'estero».

Dove?

«La Cina è un mondo tutto da scoprire, ma i tempi non sono ancora maturi. In Tunisia fummo sul passo di sbarcare qualche anno fa, poi il progetto naufragò per gli sconvolgimenti politici nel paese. Anche la Romania è un Paese interessante. Ma nell'immediato vedo prioritario consolidare i rapporti e le alleanze sugli assi Nord-Sud e Est-Ovest con le grandi infrastrutture mitteleuropee di Duisburg e Monaco, da sempre i nostri naturali sbocchi».

Parma e Piacenza vogliono farvi concorrenza in casa, Verona e Padova poco più lontano. Preoccupato?

«La geografia ci dà ragione: nessun'altra città è altrettanto baricentrica e nessuna così ben collegata con la rete ferroviaria europea e il sistema dei grandi porti del Mediterraneo. Nel nord Italia non c'è posto per più di quattro o cinque snodi, e noi saremo ci saremo».

Massimo Degli Esposti



MOLINETTO
RISTORANTE PIZZERIA
arte e cucina

1° classificato
"La disfida del Cappelletto"
2014

Il piacere di stare a tavola
cucina romagnola • specialità di pesce • crudité • pizza



www.ristorantemolinetto.it • Punta Marina Terme • Ravenna • Via Sx Canale Molinetto 139/B • Tel. 0544.430248

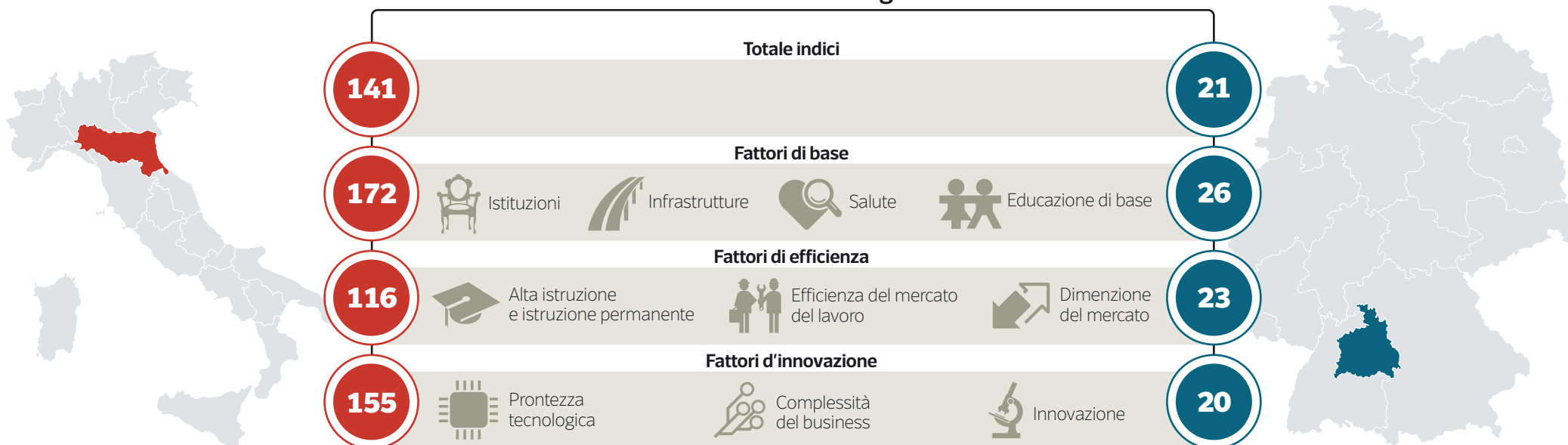
SCENARI

Competitività regionale 2013

EMILIA-ROMAGNA

Posizione nella classifica generale

STOCCARDA



centimetri

Manifattura, nel derby della competitività Stoccarda batte Emilia-Romagna 4-3

di **Piero Formica**

Tra luci e ombre ci lasciamo alle spalle la «Grande Recessione». Le competenze manifatturiere e tecnologiche delle sue imprese permettono all'Emilia-Romagna di essere competitiva, di offrire al mondo bene e servizi a prezzi concorrenziali. Quelle stesse competenze agiscono da calamita che attrae in casa nostra investimenti produttivi dall'estero, da parte delle imprese integrate globalmente.

Volgendo il nostro sguardo oltre la siepe che delimita l'economia regionale, intravediamo altre 261 regioni dell'Unione Europea in gara per posizionarsi al meglio nella graduatoria della competitività. Tra i concorrenti, la regione di Stoccarda a circa 700 chilometri da Bologna è il quartier generale di grandi

Il confronto con la città tedesca è molto più sfidante di quello con la Lombardia, come si deduce dai dati 2013 del Joint Research Centre della Commissione Ue

società che interagiscono con la nostra manifattura. Si tratta di nomi altisonanti quali Daimler Ag, Mercedes-Benz, Porsche, Bosch.

In corsa per afferrare una ripresa economica che sia sostenuta e sostenibile, quale posizione l'Emilia-Romagna occupa nella classifica della competitività stilata dalla Commissione Europea? Siamo vicini o lontani da Stoccarda? I dati elaborati per il 2013 dal Joint Research Centre della Commissione pongono la nostra regione al

141esimo posto sul totale di 262 regioni esaminate. Stoccarda, in 21esima posizione, ci distacca nettamente. Per tutti gli indici di competitività che contribuiscono alla classifica generale la regione tedesca appare molto più solida e coesa dell'Emilia-Romagna, come mostrano i dati della tabella.

Se davvero crediamo e operiamo nel mercato unico europeo, il confronto con Stoccarda è molto più sfidante di quello con la Lombardia che occupa, al 128esimo gradino,

il podio tra le regioni italiane, seguita proprio dall'Emilia-Romagna. La vera competitività è, infatti, con i team regionali che già si sfidano nella «Champions League» della competitività europea.

Quali sono i palloncini che portano in alto la competitività della nostra regione, e quali i pesi che la fanno precipitare in basso? Tra i fattori di efficienza, la dimensione del mercato secondo i parametri di reddito disponibile e di potenziale di crescita fa salire la regione al 53esimo posto. Tra i fattori d'innovazione, la complessità delle nostre imprese ben dotate tecnologicamente ci fa sedere al 56esimo gradino. Mercato e imprese esercitano dunque una forza di propulsione tale da sollevare la nostra regione fino al livello del 20% delle regioni europee con maggiore capacità competitiva.

A spingerci pesantemente

verso il basso contribuiscono soprattutto gli indici riferiti alle istituzioni, alla rete Internet e all'istruzione universitaria. Questo è il terreno prevalentemente occupato dai decisori politici, dalla burocrazia statale e regionale, dai gruppi d'interesse particolari e delle imprese pubbliche o protette dalla mano pubblica che ruotano intorno alla politica — in breve, dalle istituzioni e dai soggetti al riparo dalla concorrenza. I ritardi accumulati che pesano tanto da relegare la regione al di sotto della 190esima posizione riguardano corruzione, criminalità e loro controllo, facilità di fare business, efficacia del governo, trasparenza dei decisori politici. Molto ampio il divario tra l'Emilia-Romagna e le regioni eccellenti — scendiamo al 200esimo posto — per l'accesso alla banda larga e per il commercio elettronico. Orga-

nizzazione e contenuti dell'istruzione universitaria non incoraggiano le persone dai 18 anni in su a proseguire gli studi, cosicché la regione si trova in 173esima posizione.

Infine, il fronte della manifattura avanzata non è così esteso da promuovere sufficientemente la brevettazione e da assorbire in misura significativa i creativi e i lavoratori della conoscenza. L'Emilia-Romagna è 133esima.

È consuetudine criticare le graduatorie che non rispecchiano le nostre percezioni della realtà o i nostri desideri. Eppure, i confronti internazionali sono uno degli specchi della realtà. Guardare oltre la siepe porta a vedere la foresta e non solo i singoli alberi — le singole imprese e le altre realizzazioni eccellenti che certo non mancano in Emilia-Romagna.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Lavori stagionali, in regione aumentano e piacciono ai trentenni

Sbraga (Fipe): «Crisi a parte, sono persone che hanno impostato la loro vita diversamente»

Un tempo si diceva «vado a fare la stagione» e si spariva per tre mesi, spesso i più «logoranti» rispetto al resto dell'anno, ma fondamentali per sopravvivere in inverno. Oggi sono cambiati stipendi e contratti, ma questa formula funziona ancora, e sono sempre di più coloro che in estate decidono di lavorare come bagnini, cuochi, barman e camerieri nelle principali mete turistiche del Belpaese.

Solo in Emilia-Romagna, se si prende in considerazione il periodo che va da luglio a settembre, si stimano 65.553 lavoratori stagionali (sono 80.000 in Italia), circa 1.000 in più rispetto al 2014, impegnati a servire ai tavoli, a cucinare, a preparare drink e a controllare le spiagge.

«Rispetto alla media di occupazione regionale annuale, che è di circa 61.000 persone, durante l'estate abbiamo regi-

strato un incremento del 7,5%, pari a 4.558 lavoratori dipendenti in più — spiega Luciano Sbraga, direttore dell'Ufficio studi del Fipe, Federazione italiana pubblici esercizi — Un dato che se può sembrare non elevato per una regione come l'Emilia-Romagna, dove il settore turistico ha un certo peso, ci restituisce però una fotografia dell'intensificazione generale delle attività, più che delle imprese in sé che operano nel settore. Ricordiamoci inoltre che stiamo parlando di tre mesi, che non tengono conto di maggio e giugno quando l'estate è più che partita».

Per Sbraga questo incremento, ancora in divenire, è dovuto da una parte all'aumento delle attività nel periodo estivo e dall'altra alla presenza di imprese stagionali che lavorano solo in questi mesi. «Rispetto al 2014 c'è una ripresa del turismo interno in regione, soprattutto nazionale



Indagine Luciano Sbraga, direttore dell'ufficio studi della Federazione italiana pubblici esercizi

e nell'ambito del mare — continua — e questo piccolo recupero ha avuto sicuramente un impatto sull'occupazione». Poi, come ricorda il Fipe, se in alcuni settori come l'alberghiero le mansioni stagionali hanno un peso maggiore rispetto ad altri, il numero di occupati, tra bagnini, camerieri, chef e barman sta portando comunque a un aumento degli stipendiati del 13-14%, corrispondente a 1.500 circa posti di lavoro, 20.000 in tutta Italia.

Nella nostra regione, come nel resto d'Italia, a impegnarsi in queste attività sono uomini e donne, senza la prevalenza di un genere o l'altro, per la maggior parte italiani (70%). «Questo perché rispetto a come va durante l'anno — puntualizza Sbraga — d'estate c'è più richiesta da parte di persone che non fanno i barman o i bagnini come mansione abituale, ma lavorano solo stagionalmente e per periodi li-

mitati. Al contrario uno straniero cerca in genere un'occupazione per più mesi».

Lo stipendio medio per questi «lavoretti» è di 1.200 euro e il contratto è a tempo determinato per gestire meglio i picchi di domande che si hanno in questo periodo. E se da una parte a scegliere di lavorare d'estate sono soprattutto gli studenti, l'età media in Emilia-Romagna si aggira sorprendentemente intorno ai 30-35 anni. Dunque non proprio giovanissimi. «C'è sempre stata una tendenza simile, coloro che fanno i cuochi o i camerieri non sono solo universitari, ma anche persone più grandi che, crisi a parte, hanno impostato la loro vita diversamente e che svolgono da sempre lavori stagionali, al contrario invece di chi ha un'occupazione stabile durante l'anno».

Francesca Candioli

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Sul web

Puoi leggere gli articoli di Corriere Imprese, condividerli e lasciare commenti su www.corrieredibologna.it

FOOD VALLEY

Comprital, **dolce** vita sbocciata all'ombra dell'amarena Fabbri

L'azienda che produce semilavorati per gelati crescerà in tutto il mondo in 5 anni

Lo stabilimento, un edificio di 10.000 metri quadrati nuovo di zecca, sorge a Settala, nel milanese. Ma per trovare Comprital nel registro delle imprese bisogna scendere a Bologna, dove l'azienda ha da sempre la sua sede legale. Un po' come il fondatore Gianni Osti, bolognese di nascita e milanese per caso. Un caso che risale a più di 30 anni fa quando Osti era un «commerciale» della Fabbri 1905, la storica azienda di Borgo Panigale stranota a tutti per le famose amarene, ma molto meno per i prodotti di cui si occupava lui negli uffici di Milano: i semilavorati per gelateria.

Trent'anni fa esatti Osti decise di mettersi in proprio, dapprima come contoterzista, poi come concorrente. Oggi Comprital è un marchio affermato e con i suoi ingredienti vengono prodotti ogni anno 28 milioni chili di gela-



Osti
Abbiamo avviato un dialogo con Carpigiani e dopo l'estate potrebbero arrivare novità su un'eventuale alleanza strategica

to artigianale. Non solo in Italia, visto che l'export ha raggiunto il 53% del fatturato e una parte della produzione è già delocalizzata in due unità produttive estere, una a Varsavia e una, in joint venture con un partner taiwanese, a Shanghai.

Ma il progetto è più ambizioso: «Nell'arco del prossimo quinquennio vorremmo avere una presenza diretta in tutti e cinque i continenti, seguendo la crescita del gelato artigianale su tutti i mercati del mondo» racconta Francesco Osti, che da qualche anno ha affiancato il padre assieme al fratello Fabrizio. Il gelato «all'italiana», infatti, non conosce la parola crisi e ha continuato a crescere a doppia cifra fin dagli anni 80. Ma se all'estero tira soprattutto la tradizione, cioè la scoperta del nostro gelato «morbido», in Italia, paga invece l'innovazione. Per esempio il «gelato vega-



Golosità Il mastro pasticcere Ernst Knam al Sigep di Rimini per Comprital

no» interamente vegetale lanciato da Comprital in questa stagione, o il «gelato gastronomico», passione dei grandi chef, con gusti che vanno dal tartufo alla mortadella e al gorgonzola, o infine il «gelato sushi» allo zenzero, al cardamomo e al wasabi.

Tutte invenzioni che Comprital deve alla stretta collaborazione con i grandi chef che insegnano nei trenta corsi dell'Athenaeum Comprital, il centro di formazione per gelatieri artigianali realizzato all'interno dello stabilimento lombardo: il re del cioccolato Ernst Knam, il cake designer

Renato Ardivino, Emanuele Di Biase, artista della pasticceria vegana, i campioni del Mondo di gelato Filippo Novelli e Leonardo Ceschin e lo chef Ciro Fraddanno. In Italia c'è soltanto un altro centro di formazione per gelatai, e guarda caso sempre a Bologna: l'Università del Gelato della Carpigiani. Con il colosso bolognese delle macchine per gelateria «abbiamo avviato un dialogo — ammette Francesco Osti — e dopo l'estate potrebbero arrivare novità su un'eventuale alleanza strategica».

Corrado Sorzini

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Il settore

Venti produttori per un Made in Italy padrone del mondo

Ottanta produttori in tutto, una ventina quelli di peso. Molti, fra i più grossi, in Emilia-Romagna: Legel a San Marino, Fugar e Mec 3 a Rimini, Pregel a Scandiano, La Preferita a Parma e Fabbri 1905 a Bologna. Si spartiscono una «torta» piccola piccola, la classica nicchia di mercato, che però su scala mondiale vale qualcosa come 600 milioni di euro ed è made in Italy al 95%. Questo è lo strano mondo dei semilavorati per gelaterie artigianali, insomma gli ingredienti di base (estratti di frutta e semi oleosi, paste, frozen yogurt e dolcificanti) del gelato d'eccellenza, nella migliore tradizione italiana. Un mondo strano soprattutto perché nelle filiere classiche sono gli artigiani a lavorare per le imprese medio o grandi, mentre qui sono le imprese medie o grandi a lavorare per gli artigiani. Anche se, come insegnano i casi di Grom e di Riva Reno, il gelato artigianale non è immune dalla moda delle catene, di proprietà o in franchising. È una riorganizzazione inevitabile, visto il boom che prosegue da anni, incurante di ogni crisi: +4% mediamente negli ultimi dieci anni e addirittura +10% all'estero. Solo il clima in qualche caso ne ha interrotto la crescita, come è avvenuto in Italia l'anno scorso. Per i bilanci di questa stagione bisognerà attendere il Sigep di Rimini, la più importate fiera di settore al mondo. Ma gli addetti ai lavori non hanno dubbi: la torrida estate 2015 porterà affari d'oro per tutti, consentendo di migliorare il record storico del 2013, quando le circa 39.000 gelaterie artigianali italiane fatturarono un totale di 2 miliardi e 26 milioni.

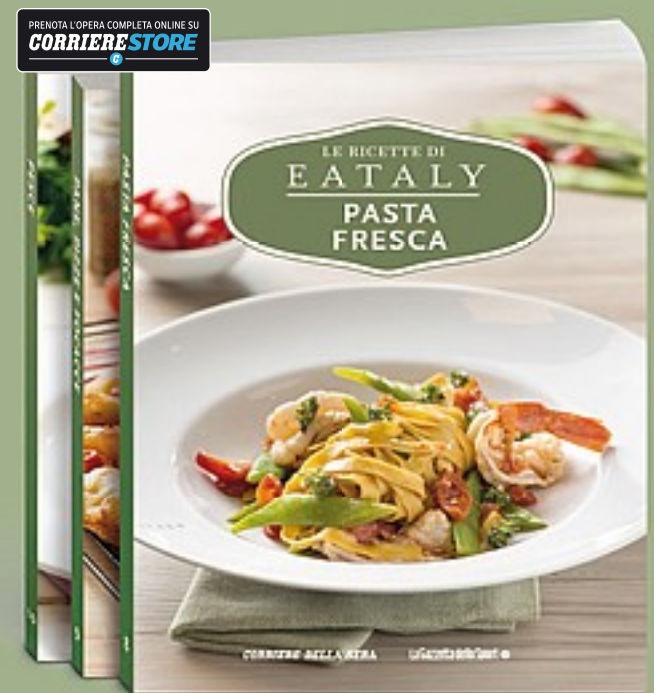
© RIPRODUZIONE RISERVATA

Scegli la semplicità
della grande cucina di
EATALY

Cous cous di verdure
con salsa di peperoni arrostiti

I RICETTARI DI EATALY

Eataly ti presenta più di 1000 ricette in esclusiva con il Corriere della Sera e La Gazzetta dello Sport. Avrai a disposizione tutte le varianti nella preparazione e negli abbinamenti consigliati da Eataly, ambasciatore della qualità gastronomica italiana e presente in Expo con venti ristoranti regionali.



OGNI MARTEDÌ
IN EDICOLA A 7,90 EURO*

in esclusiva con
CORRIERE DELLA SERA
La libertà delle idee

in esclusiva con
La Gazzetta dello Sport
Tutto il rosa della vita

*Le ricette di Eataly, collana in 20 uscite. L'Editore si riserva la facoltà di variare il numero delle uscite periodiche complessive, nonché di modificare l'ordine delle singole uscite, comunicando con adeguato anticipo gli eventuali cambiamenti che verranno apportati al piano dell'opera. Prima uscita al prezzo di 1€ oltre il costo del quotidiano, uscite successive al prezzo di 7,90€ oltre il costo del quotidiano. Per arretrati o informazioni rivolgersi al Servizio Clienti e-mail: linea.aperta@res.it tel. 02.6379.85.11

FOOD VALLEY

Ciliegia di **Vignola**, un bilancio fosco

Colpa dei marchi d'eccellenza in ritardo

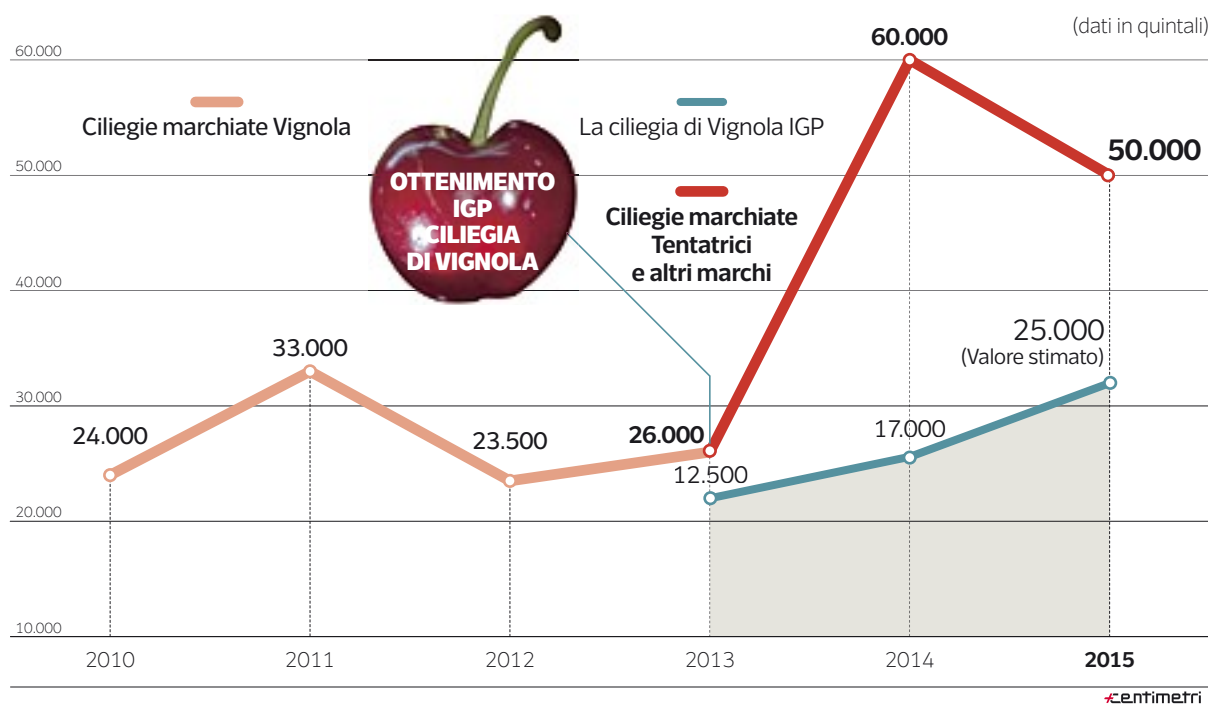
Monari: «Più si allontana l'anno di prova, più aumenta il rischio di fallimento»

Bontà che ha fatto storia e marchio Igp dal 2013. Il Consorzio della Ciliegia di Vignola rappresenta il cuore della produzione cerasicola emiliano-romagnola, racchiusa in ventotto comuni della fascia pedemontana a ridosso del fiume Panaro tra le città di Modena e Bologna. Cinquecento associati, mille ettari di ceraseti (sui 1.868 produttivi in regione nel 2014) e un giro d'affari stimato nel 2015 intorno ai 10-12 milioni di euro, eppure l'ambito bollino Ue di denominazione d'origine controllata — precluso, tuttavia, a molte varietà sino al 3 luglio di quest'anno — «non ha ancora superato il vero banco di prova» come spiega il direttore Walter Monari.

«L'ok a tutte le cultivar è arrivato tardi, a stagione ormai terminata. Sapremo solo nel 2016 come andrà a finire». Amareggiato Monari non nasconde la preoccupazione: «Più si allontana l'anno di prova, più aumenta il rischio di fallimento perché i produttori cui è stato negato l'igp nei primi due anni — ed è a loro che rivolge l'appello — sarà difficile coinvolgerli nuovamente e riportarli "dentro". Racconta dell'indiscussa qualità del prodotto dovuta a caratteristiche pedoclimatiche eccezionali e del lavoro svolto dagli agricoltori negli ultimi secoli; di tecniche agronomiche tramandate di generazione in generazione e via via combinate ai risultati ottenuti dal breeding nel campo dell'innovazione varietale. «Lei sa — dice con orgoglio — che la cultivar di duri Ferrovia originaria della Puglia, dà risultati qualitativi migliori nel nostro areale?».

Un bilancio senza dubbio a tinte fosche per la rossa di Vignola che pur chiudendo il 2015 con 50.000 quintali di prodotto venduto, di cui circa il 50% marchiato Igp — rispetto ai 60.000 dell'anno precedente quando le griffate erano state solo 17.000 — evidenzia le criticità di una stra-

Gli ultimi anni in cifre



tegia di marketing studiata a tavolino per divincolarsi dall'evidente paradosso. Basti pensare ad una delle varietà escluse, la Prime Giant, che probabilmente ha indotto il consumatore a fare una scelta lontana dalla ciliegia a indicazione geografica protetta. Sapore ottimo e di sicuro appeal vista la pezzatura, è arrivata sul banco nello stesso periodo delle Igp Durone dell'Anella e Giorgia certamente di calibro più ridotto e meno attraenti. E il «mercato, si sa, chiede anzitutto un frutto di bell'aspetto, grosso e carnoso».

«Prima del riconoscimento europeo — sostiene Monari — il marchio "Vignola" era già ampiamente apprezzato dal consumatore in quanto sinonimo di tracciabilità del prodotto, ma soprattutto valo-

rizzava il 90% delle ciliegie prodotte. Una volta ottenuto l'igp solamente per alcune cultivar, ci siamo trovati di fronte a un bivio: lasciare che il 70% della produzione andasse dispersa e venduta dai singoli cerasicoltori oppure creare una nuova linea in grado di etichettare la restante parte. Così nel 2013 è nato il brand denominato "Tentatrice, la ciliegia del desiderio».

Tutto ciò che cosa ha comportato per le tasche del Consorzio? «Un maggior impiego di risorse umane e finanziarie — replica secco Monari — e nessun beneficio per i produttori». In sintesi, sono state approntate nuove campagne pubblicitarie per far conoscere l'igp e non si è mai fatta mancare l'assistenza a ogni singolo produttore nell'espletamento delle pratiche neces-

sarie presso gli uffici europei — ovvero l'Ufficio per l'Armonizzazione del mercato interno e l'Ufficio italiano marchi e brevetti — tant'è che il Consorzio nel 2015 ha sostenuto 200.000 euro di spese in più. «Quando abbiamo venduto il prodotto sui 2,7-2,9 euro al chilo, la Gdo lo ha prezzato fino a 9; ma il consumatore — si domanda perplesso il dg — è davvero disposto a pagare un prezzo così alto?». Poi si lascia andare ad una riflessione: «Probabilmente la denominazione d'origine controllata può valorizzare quei prodotti che hanno bisogno di farsi conoscere».

Riguardo all'export, frena subito tutti gli entusiasmi e ribatte: «La nostra produzione annuale oscilla tra i 50.000 e i 70.000 quintali, immessi principalmente sul mercato del Nord Italia con punte in Germania e a Dubai. Ma sono comunque numeri piuttosto ristretti e destinati esclusivamente a un mercato di nicchia sebbene di altissima qualità».

Barbara Bertuzzi

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Sul web

Puoi leggere gli articoli di Corriere Imprese, condividerli e lasciare commenti su www.corrieredibologna.it

La collaborazione

A Milano



Acetaia Malpighi in tandem con Marinella per il Made in Italy

Il gusto del cibo e lo stile della moda vanno a braccetto a Milano. Dal 16 luglio il made in Italy di due artigiani italiani — la modenese Acetaia Malpighi e la napoletana casa di moda Eugenio Marinella — si sposano all'ombra del Duomo. Nei due punti vendita Eugenio Marinella (in via Manzoni e in via Santa Maria alla Porta) sarà infatti possibile acquistare il cofanetto «Marinella per Acetaia Malpighi» con il Condimento Balsamico «1850» di Acetaia Malpighi invecchiato 5 anni all'interno di barrique di rovere antico e la pochette cento per cento seta con diverse stampa a firma Eugenio Marinella.

Un binomio che diffonde il gusto, la cultura e lo stile italiani: il sapore del Condimento balsamico 1850 Acetaia Malpighi e l'etichetta napoletana di cravatte simbolo dell'eccellenza italiana, Eugenio Marinella. L'acetaia modenese recentemente si è spesa molto per il sociale. A giugno il presidente Massimo Malpighi ha consegnato un assegno di 2.000 euro nelle mani di Alberto Dionigi, presidente della Federazione Nazionale Clown Dottori che opera sul territorio nazionale organizzando numerose iniziative a favore della clownterapia nelle corsie di ospedali e nelle strutture sanitarie. Sul territorio emiliano la federazione opera all'Ospedale di Sassuolo e all'Ospedale Sant'Orsola di Bologna attraverso «Ridere per Vivere» Emilia-Romagna onlus, associazione socio-sanitaria dal 2000 impegnata nell'applicazione pratica dei principi della scienza del sorriso.

Maria Centuori

© RIPRODUZIONE RISERVATA

L'agenda

● 31 luglio
La Camera di Commercio di Rimini organizza una serie di incontri in via Sigismondo 28 per un massimo di 12 aziende interessate al mercato degli Emirati Arabi

● 4 agosto
«Por Fesr 2014-2020», apre il bando per i progetti di ricerca industriale strategica rivolti agli ambiti prioritari della strategia di specializzazione

● 8 settembre
L'Ice, l'Italian trade agency, e Confindustria Emilia-Romagna hanno avviato la promozione di nuovi master gratuiti dedicati all'Export Management, il cui obiettivo è formare esperti nei processi di internazionalizzazione

● 10 settembre
Il Dipartimento di Economia dell'Università di Parma promuove per il secondo anno consecutivo «Starting Up», un corso avanzato per favorire lo sviluppo dell'imprenditoria giovanile rivolto a tutti i laureandi e laureati dell'ateneo e con accesso gratuito. Selezioni il 10 settembre

Stagione per stagione

di **Barbara Bertuzzi**

Tra cino-giapponese ed europea la **susina** allunga la stagione fino a Natale

Metà prugna, metà albicocca: la tendenza è Metis, acronimo che sta per Most Exciting Tasty Inter Specific. «Una nuova generazione di susine di origine statunitense (sui 3,5 euro/kg nella Gdo; fonte: Cso) dalla polpa compatta e gustosa, buccia di colorazione varia (gialla, rossa, nera e persino maculata) e interno pigmentato; si acquista da giugno a settembre ma arriva a Natale», come racconta il frutticoltore romagnolo Francesco Donati pur rilevando che gli attuali prezzi alla produzione del comparto non sono sufficienti neanche a coprire i costi (35-45 cent al chilo; fonte: Camera di Commercio di Forlì-Cesena).

«Molto apprezzata oggi — spiega il direttore di Agrintesa, Ugo Palara — è la polpa rossa che viene di fatto associata all'elevata presenza di antiossidanti quindi di componenti nutraceutici. Si traduce spesso in maggiore aromaticità

regalando una piacevole sensazione di benessere». Tra le varietà a scaffale, Songria a 2,5 euro/kg.

«La coltivazione del susino in Emilia-Romagna è esplosa negli ultimi dieci anni — continua Palara — per via dell'adattabilità anche a terreni pianeggianti e per scelte dovute alla crisi del settore peschicolo». Diffusa è soprattutto la tipologia cino-giapponese — forma sferica e buona pezzatura, da 80 a 160 grammi — rispetto alla cosiddetta «susina europea» dall'aspetto ovoidale, preferita invece oltreconfine. Al primo posto per ettari coltivati e quantità, c'è sicuramente la cultivar Angeleno, regina delle nere, che matura a settembre e si conserva bene fino a dicembre. Poi le precoci di giugno come la rossa Obilnaja, «rustica e costantemente produttiva» (1,4-2 euro/kg); la nera Dofi Sandra selezionata in Romagna, «ottima per qualità estetiche e gustative» (1,6 euro/kg*); infine, l'intra-



Il frutto

I frutti di forma ovale o sferica variano a seconda delle specie, possono giungere sino a 8 cm di grandezza e sono solitamente di sapore dolce, anche se alcune varietà si presentano aspre. La specie coltivata in Europa arriva sino a 13 varietà

montabile Goccia D'Oro gialla. (1,3-2,4 euro/kg).

In piena raccolta adesso, è tutta la serie delle Black (1,9-2,4 euro/kg). Roberto Gennari produce la Black Amber nel ferrarese; coglie solo a maturazione ottimale e vende mediamente ad un euro e mezzo al chilo nello spaccio di Consandolo: «Buccia scura, calibro elevato e molto produttiva».

Si dedica alla susina oramai da fine anni 80, Franco Cicognani a Cotignola (Ravenna). Due ettari di cultivar molto interessanti: la gialla Anne Gold, più grossa e saporita della Goccia D'Oro; la scura Crimson Glo, di buona pezzatura con polpa color rosso vivo e la violacea Ruby Crunch dall'interno quasi rosa, che si caratterizza per il sapore e la lunga conservazione. Segreti culturali? «Accorgimenti solo "di forbice" non chimici e la potatura va fatta il prima possibile. Io — dice convinto — comincio a dicembre».

© RIPRODUZIONE RISERVATA



ALLUMINIO
BRONZO
GHISA
OTTONE
RAME
PIOMBO

metalparma



METALPARMA s.r.l.

Via R. Tagliani, 32/A - (area ex salamini) 43122 PARMA

Tel. 0521 241296 - Fax 0521 487727

info@metalparma.it - www.metalparma.it



OPINIONI & COMMENTI

L'analisi

Macchine agricole, la Cina è vicina

SEGUE DALLA PRIMA

È assai probabile però che l'aumento dell'export verso la Cina non potrà compensare l'erosione che le nostre quote di mercato nel mondo potranno subire a causa della crescita delle esportazioni cinesi. Per dare un'idea, l'export cinese di sole macchine agricole, escludendo i trattori, è passato da meno di 2 miliardi di dollari del 2010 ai quasi 3 del 2014. Ma forse l'aspetto che più può cambiare la struttura del settore, in Italia e nella nostra regione, è dato dalla sete di tecnologie dei produttori cinesi. Il fatto che esso sia incluso tra i settori strategici in Cina fa sì che le imprese siano spinte a investire all'estero per comprare rapidamente quelle tecnologie che costerebbe troppo, in termini di tempo, sviluppare in casa.

Le prime avvisaglie si sono già viste, ad esempio, con l'entrata sul mercato Italiano del gruppo Foton Lovol con una sede a Calderara di Reno (Bologna) a cui è seguita l'acquisizione della Mater Macc di Pordenone. Ma sono moltissime le «prede» a disposizione, da imprese che producono macchinari completi alla componentistica. Per l'economia della nostra regione è un segnale che coniuga aspetti positivi e preoccupazioni. Ci viene riconosciuta una leadership tecnologica e ci si potrebbe aprire un mercato che sarà tra i più dinamici nei prossimi anni. È però necessario che il sistema regionale si prepari per far sì che le imprese acquisite non scompaiano dal nostro territorio. Andranno replicate le policy che hanno permesso a Ducati e Lamborghini di rimanere radicate in regione pur essendo ormai di proprietà tedesca. Non sarà semplice perché nei prodotti di lusso il made in Italy è sicuramente un aspetto più sentito. Certo sarebbe preferibile vedere le nostre imprese che investono direttamente nel mercato cinese ma, fatte poche eccezioni, purtroppo non hanno la forza finanziaria per farlo.

Giorgio Prodi

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Le lettere

vanno inviate a:

Corriere di Bologna
Via Baruzzi 1/2,
40138 Bologna
e-mail: lettere@corrieredibologna.it
Fax: 051.3951289
oppure a:
andrea.rinaldi@rcs.it
mdeggiesp@gmail.com



Il controcanto di Andrea Rinaldi RAVENNA SI CONSOLA CON LA SORELLA FAENZA



Mancano tante truppe all'appello che abbiamo provato a fare con Ravenna sul precedente numero di Corriere Imprese. Ci sarebbe infatti da scrivere un libro sulla prodigiosa economia ravennate, così come quella parmense o modenese. Ci proviamo allora questa volta, recuperando qualche dato. Tanto per cominciare il pianeta lavoro, dove il Jobs act pare dare qualche frutto, anche se viene più da parlare di «fruttini»: ad aprile, secondo i dati della Camera di Commercio, pur aumentando la flessione degli occupati con contratto a tempo

determinato (-16,7%), continua la crescita degli occupati con contratti a tempo indeterminato (1,1%). Questi ultimi in particolare passano dai 85.119 di aprile 2014 a 86.067 facendo registrare un aumento di 948. Ancora in calo, invece, i contratti di lavoro a tempo pieno (-2,5%).

Ravenna poi non sarebbe Ravenna senza Cervia, Milano Marittima, Marina Romea e tutti gli altri suoi lidi, che nei primi mesi del 2014, complice un eccezionale ottobre, hanno registrato un buon riscontro degli arrivi per un

Piazza Affari

di Angelo Drusiani

Quotazione Ferrari, un'occasione d'oro



Sergio Marchionne ha presentato alla Sec il prospetto per la quotazione di Ferrari a New York: Ipo verso fine ottobre prossimo e allocazione azioni Ferrari agli azionisti di Fiat Chrysler (Fca) il 4 Gennaio 2016. Gli azionisti di Ferrari sono Fca per il 90% e Piero Ferrari per il 10 per cento. Fca prevede di vendere il 10% di Ferrari attraverso l'Ipo di cui sopra sul mercato americano, come mercato primario, e probabilmente a Piazza Affari, come mercato secondario. Ferrari è valutata a 10 miliardi di euro circa. Con i proventi dell'Ipo, Matteo Zardoni, di Banca Albertini Syz, prevede che Fca andrà a diminuire il suo debito. La parte rimanente della quota di Fca in Ferrari post Ipo, ovvero l'80% di Ferrari, verrà assegnata proporzionalmente ai soci Fca, il 4 gennaio 2016. Questa operazione è tecnicamente definita spin-off. A Piazza Affari, dice Zardoni, è attesa da anni: essa permetterà ai soci Fca di investire direttamente in Ferrari, ma anche di valorizzare al meglio gli asset di Fca. I numeri di Ferrari sono

ALBERTINI SYZ BANCA PRIVATA

davvero vincenti, anche se, per ora, i successi nelle gare di Formula uno sono rarissimi. Il fatturato 2014 è stato sì 2,762 miliardi di euro, mentre l'utile netto si è attestato a 260 milioni di euro. La dirigenza della società e la maggior parte degli analisti finanziari ritengono che il valore della Ferrari stessa potrebbe oscillare tra 8,5 e 11 miliardi di euro. Se, come si è anticipato, il valore dell'azienda si attestasse a 10 miliardi di euro, questa valutazione sarebbe pari a 35 volte l'utile, dato decisamente alto. Nessuna sorpresa, però: il marchio Ferrari rappresenta un'azienda unica nel panorama mondiale dei beni di lusso. Quali prospettive per gli investitori: da un lato, forse vi sarà poco spazio per un apprezzamento nel breve termine dell'azione Ferrari, mentre per gli azionisti di Fca interessati a mantenere sia una partecipazione diretta in Ferrari, sia in Fca, dopo lo spin-off, la prospettiva stessa potrebbe risultare molto interessante.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

L'intervento

Qualità, istruzione e contrattazione: ecco l'identità del lavoro

SEGUE DALLA PRIMA

Infatti, a maggio 2015 (fonte Ministero del Lavoro) il saldo netto dei nuovi contratti di lavoro a tempo indeterminato, tra attivazioni e cessazioni, ammonta ad appena 271 (salvo poche eccezioni, tutti a tutele crescenti) – in diminuzione rispetto al mese precedente, quando il saldo si attestava a 50.000 – contro i nuovi 184.812 contratti a tempo determinato. Questi ultimi in costante crescita e ormai pari quasi al 70% del totale delle attivazioni. Jobs Act che dunque toglie diritti e non risolve il problema della precarietà.

Non si creano quindi nuovi posti di lavoro, ma vengono trasformati contratti già in essere per ottenere gli sgravi sul costo del lavoro. Sono ormai diversi i «furbetti» anche in questa regione che la Cgil Emilia Romagna sta denun-

ciando e segnalando a Inps, Direzione Territoriale del Lavoro (Dtl), Inail e Guardia di Finanza. Sono coloro che prima del 30 giugno hanno licenziato o cambiato appalto (sino ad utilizzare un'agenzia interinale), per poi riprendere gli stessi lavoratori a termine per sei mesi, e passarli a tempo indeterminato a fine anno, allo scopo di poter usufruire degli 8.000 euro di incentivi previsti dalla Legge di Stabilità.

Le azioni di contrasto al Jobs Act, messe in campo dalla Cgil Emilia-Romagna, si muovono su più fronti. In primo luogo, la gestione dei cambi di appalto con accordi che prevedono la continuità del rapporto di lavoro, il mantenimento dell'articolo 18 o, comunque, delle norme pre Jobs Act, come nel caso degli appalti dell'Aeroporto di Bologna, dell'Esselunga, della Rai.

Poi, l'introduzione della clausola sociale negli appalti, come nel caso del comune di Fidenza o degli Ospedali di Bologna. Inoltre, il mantenimento delle norme pre-Jobs Act, come è accaduto alle Terme di Salsomaggiore o all'Er-gap. Infine, nel mese di settembre avvieremo una campagna capillare di contrattazione nei luoghi di lavoro, finalizzata ad estendere queste importanti esperienze in Emilia-Romagna.

Penso che l'identità di questa regione non possa fondarsi su norme del mercato del lavoro di quella natura, ma debba continuare ad essere alimentata dalla qualità del lavoro, dell'istruzione, della formazione e della ricerca, della legalità e degli appalti, rafforzando le relazioni sindacali e la contrattazione che hanno contribuito fortemente alla costruzione del modello politico, socio-economico e produttivo dell'Emilia-Romagna.

Vincenzo Colla
segretario generale Cgil ER

© RIPRODUZIONE RISERVATA

totale di 1.297.553 (+4,27% sullo stesso periodo del 2013). Il dato presenze, pari a 6.417.130, sebbene in lieve calo, si attesta comunque in regime di sostanziale tenuta.

Resiste e stoicamente l'altro grande distretto ceramico della regione, quello faentino che sta vivendo un 2015 sul filo del rasoio. Andando a vedere come se la passano i grandi attori di questo importante scenario, vediamo che la Coop Ceramica d'Imola aveva annunciato 370 esuberanti su circa 1.500 dipendenti, anche se nel 2014 erano quasi 90 quelli su cui era caduta la procedura di mobilità volontaria. La Cedir di Castel Bolognese invece aveva dichiarato 85 addetti in eccedenza su 160 totali, mentre gli 80 lavoratori della Cercom di Filo, di proprietà del gruppo reggiano Serenissima C'ir, sono fiaccati da un anno in cassa integrazione ordinaria. La Vettriceramici di Casola Valsenio, sull'Appennino, con i suoi 143 operatori ha cambiato casacca ed è passata alla statunitense Ferro Corporation. La consolazione più bella in zona viene dalla Toro Rosso: il team principal Franz Tost è convinto che la scuderia potrà dare grandi risultati in pista in Formula 1, mentre a settembre verrà ultimato il nuovo edificio per espandere la squadra a Faenza.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Fatti e scenari

Scuola e formazione

L'Its Maker sforna 20 diplomati Supertecnici che già lavorano

Due donne, due ragazzi da Puglia e Sicilia e un ventenne da Pavia. Tutti diplomati e tutti già richiesti per posizioni di lavoro. Eccoli i venti diplomati della supertecnici che si sono formati con il corso per Tecnico superiore per l'innovazione di processi e prodotti meccanici a Modena. Unico nel suo genere in Italia, il nuovo percorso di studio post diploma è altamente specializzante sull'uso dei materiali; iniziato nel novembre 2013, il seminario si è concluso la settimana scorsa con gli esami. «Modena è una delle 59 città italiane in cui sono stati avviati i corsi Its (Istituto tecnico superiore) – ricorda Amelio Corrado Ventura, presidente dell'Its Maker, il soggetto creato da imprese meccaniche, enti di formazione e istituzioni per gestire il corso – Gli Its formano specialisti, mettono insieme studio e stage aziendale, rappresentano un'alternativa per i giovani che, terminate le scuole secondarie di secondo grado, sono indecisi tra la ricerca di un lavoro e l'università».

© RIPRODUZIONE RISERVATA



A scuola Gli allievi del corso Its si confrontano

Sognando la Silicon Valley
C'è tempo fino al 31 luglio
per iscriversi a Unibo Launch Pad

Si chiama Unibo Launch Pad ed è un programma di accelerazione imprenditoriale pensato per dottorandi e assegnisti dell'Università di Bologna, nato dalla collaborazione tra l'Alma Mater e l'Istituto italiano di imprenditorialità. Il programma si arricchisce ora anche della collaborazione di Cese-naLab che si va ad affiancare al già nutrito gruppo di sostenitori e partner, tra cui Fondazione Golinelli e Fondazione Del Monte. Unibo Launch Pad infatti metterà a disposizione di gruppi scelti con almeno un ricercatore o studente di Unibo, le migliori conoscenze a supporto della creazione di un'idea di business. I gruppi scelti dopo aver presentato domanda (entro il 31 luglio, www.unibolaunchpad.it) avranno l'opportunità di accedere, in maniera completamente gratuita, ad un percorso di formazione all'imprenditorialità di 10 settimane tra ottobre e dicembre 2015. I team più motivati avranno poi l'opportunità di trascorrere tre settimane in Silicon Valley.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

CORRIERE IMPRESE

A cura della redazione
del Corriere di Bologna

Direttore responsabile:
Enrico Franco

Caporedattore centrale:
Gianmaria Cané

Editoriale Corriere di Bologna s.r.l.
Presidente:
Alessandro Bompieri
Amministratore Delegato:
Massimo Monzio Compagnoni

Sede legale:
Via Cincinnato Baruzzi, 1/2
40138 Bologna

Testata in corso di registrazione
presso il Tribunale
Responsabile del trattamento
dei dati (D.Lgs. 196/2003):
Enrico Franco

© Copyright Editoriale
Corriere di Bologna s.r.l.
Tutti i diritti sono riservati. Nessuna

parte di questo quotidiano può essere
riprodotta con mezzi grafici, meccanici,
elettronici o digitali. Ogni violazione
sarà perseguita a norma di legge.

Stampa:
RCS Produzioni Milano S.p.A.
Via R. Luxemburg - 20060 Pessano
con Bornago - Tel. 02.6282.8238

Diffusione: m-dis Spa
Via Cazzaniga, 19 - 20132 Milano
Tel. 02.25821

Pubblicità: Rcs MediaGroup S.p.A.
Dir. Communication Solutions
Via Rizzoli, 8 - 20132 Milano
Tel. 02.2584.1
www.rcscommunicationsolutions.it

Pubblicità locale: Speed Società
Pubblicità Editoriale e Digitale S.p.A.
Via E. Mattei, 106 - 40138 Bologna
Tel. 051.6033848

Poste Italiane S.p.A. - Sped. in
Abbonamento Postale - D.L.
353/2003 conv. L. 46/2004, Art.1,
c.1, DCB Milano

Supplemento gratuito al numero
odierno del
CORRIERE DELLA SERA
Direttore responsabile
Luciano Fontana

MRT
MUSEO RENATA TERALDI

COSE BELLE
D'ITALIA



DRAMA DANCE COMPANY

in

DRAKULA

BALLETTO IN UN ATTO

Soggetto
**LAURENT GERBER e
MASSIMILIANO VOLTINI**

Musiche
NICOLA URRU

Coreografia
MASSIMILIANO VOLTINI

Regia
LAURENT GERBER

Costumi e scene
ERIKA CARRETTA

Luci
**MASSIMILIANO VOLTINI e
LAURENT GERBER**

Proiezioni
NICOLA URRU

Drakula
ANDREA VOLTINTESTA

PRIMA NAZIONALE!

4 e 5 Settembre 2015 - Ore 21,15
Busseto - Scuderie di Villa Pallavicino

€ 50,00 primo settore - € 30,00 secondo settore

INFORMAZIONI



Ufficio Informazioni e accoglienza turistica di Busseto
Piazza Giuseppe Verdi, 10 - 43011 Busseto (PR)
tel 0534 92487 - fax 0534 931740
www.bussetoalive.com

info@museorenatatebaldi.it
0524 97870

viva ticket
by easy online